

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ

ГОДИШНИК

ТОМ IV



АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ТАЛАНТ“
НА ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

акад. проф. Димитър Димитров – главен редактор

проф. д-р Огняна К. Стоичкова

проф. д-р Марияна Иванова

проф. д-р Мариана Асенова

проф. д-р Пламен Братанов

проф. д-р Константин Цветков

проф. д-р Златка Григорова

проф. д-р Павол Шварц

доц. д-р Луция Палшова

доц. д-р Перо Благой Еленов

Редакционният съвет публикува материалите с оригиналната редакция на авторите. Предложените материали изразяват личната позиция на авторите и не ангажират с нея Редакционния съвет на годишника.

© Годишник, том IV, 2016

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ТАЛАНТ“ на ВУАРР

ISSN 1314-9113

СЪДЪРЖАНИЕ

Акад. проф. Д. Димитров

ВСТЪПИТЕЛНИ ДУМИ НА РЕКТОРА НА ВИШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ..... 5

Научен колектив с ръководител проф. д-р Огняна Стоичкова

УПРАВЛЕНИЕ НА ИНВЕСТИЦИОННИЯ РИСК В ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ: СЪЩНОСТ, ЦЕЛИ И СЪВРЕМЕННИ АСПЕКТИ 9

Научен колектив с ръководител проф. д-р Огняна Стоичкова

ИНОВАЦИИТЕ – ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ 33

Научен колектив с ръководител проф. д-р Огняна Стоичкова

ФИНАНСИРАНЕ НА ДЕЙНОСТИТЕ В ТУРИЗМА..... 57

Проф. д-р Мариана Г. Асенова

СИСТЕМАТА НА МАРКЕТИНГОВА ИНФОРМАЦИЯ В БАНКИТЕ – ТРАДИЦИИ И НОВАТОРСТВО 107

Проф. д.н. Евгений Стоянов

ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ОДИТНИТЕ МОДЕЛИ157

Проф. д.н. Евгений Стоянов

ЕФЕКТИ ОТ ВЪВЕЖДАНЕТО НА СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНСКИ КОНТРОЛ 197

Проф. д-р Вяра Славянска, доц. д-р Вихра Димитрова

СОЦИАЛНОТО ФЕРМЕРСТВО КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ТРУДОВА ИНТЕГРАЦИЯ 249

Доц. д-р Бисер Кръстев

СЪВРЕМЕННИ АСПЕКТИ НА ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ 275

Доц. д-р Светла Димитрова

ПРОУЧВАНЕ ВЛИЯНИЕТО НА РАЗЛИЧНАТА ВОДНА ОБЕЗПЕЧЕНОСТ НА СОЕВИТЕ РАСТЕНИЯ ВЪРХУ ПРОДУКТИВНОСТТА ИМ 325

Доц. д-р Светла Димитрова

ВЛИЯНИЕ НА ПОЛИВНИЯ РЕЖИМ ВЪРХУ СКЛЕРОЦИЙНОТО ГНИЕНЕ ПРИ СЛЪНЧОГЛЕДА 339

**ВСТЪПИТЕЛНИ ДУМИ НА РЕКТОРА НА
ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И
РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



СКЪПИ ЧИТАТЕЛИ,

Нашият университет е едно от най-динамично развиващите се частни висши училища в страната.

За четвъртвековната си история ВУАРР не само се вписа в новите условия у нас, но и успешно се интегрира в европейската образователна система. Това се дължи както на специалностите, които предлагаме – директно ориентирани към бъдещата реализация на студентите като експерти в дадената област, така и на висококвалифицирания академичен състав.

През учебната 2017 – 2018 г. – по повод 25-ата си годишнина, ВУАРР ще зарадва чрез разиграване на томбола 25 първокурсници. Наградите са джип, смартфони, лаптопи, таблети, 7-дневни почивки. Щастливите номера ще бъдат изтеглени на 8 декември 2017 година.

Винаги съм се стремял да утвърждавам книгата като библиотечен том, литературно произведение, полиграфичен продукт. Да създаваш книги изисква изключителна образованост и енциклопедична начетеност. Чрез том IV на Годишника на ВУАРР не се разделяме напълно с печатното хартиено тяло – „детето“ на Йоханес Гутенберг от средата на XV век, а преминаваме към разказ със знаци върху виртуална площ. Поздравявам колегите учени, които работят усърдно, за да стане това възможно.

На добър час на всички студенти и преподаватели!

АКАД. ПРОФ. ДИМИТЪР ДИМИТРОВ

**Научен колектив с ръководител
проф. д-р Огняна Стоичкова**

**УПРАВЛЕНИЕ НА ИНВЕСТИЦИОННИЯ
РИСК В ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА
ДЕЙНОСТ: СЪЩНОСТ, ЦЕЛИ И
СЪВРЕМЕННИ АСПЕКТИ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Проф. д-р
Огняна
Стоичкова



Доц. д-р
Георги
Георгиев



Доц. д-р Бисер
Кръстев



Доц. д-р
Виржиния
Желязкова



Доц. д-р Яким
Китанов



Ас. Николина
Марева

Проф. д-р Огняна Кирилова Стоичкова е завършила Санкт Петербургския държавен университет по икономика по специалност „Финанси и кредит“. Научно-преподавателската ѝ кариера започва в Стопанска академия „Д. А. Ценов“, гр. Свищов, след защита на дисертационен труд „Ролята на кредитно-разплащателния механизъм в икономиката на България“ под научното ръководство на проф. д-р Делчо Порязов. Във ВУАРР е преподавател от 2005 година. Титуляр е на дисциплините Икономикс, Теория на парите и кредита, Държавно регулиране на икономиката, Международна икономика.

Доц. д-р Георги Георгиев работи във ВУАРР от 2011 г. Научните му интереси са в областта на финансовия и банковия риск мениджмънт, а също и управлението на инвестиционни портфейли.

Доц. д-р Бисер Кръстев е преподавател във ВУАРР от 2011 г. Работи по проблемите на банковия мениджмънт, финансовото посредничество, оценка на бизнеса.

Доц. д-р Виржиния Желязкова е зам.-ректор във Висшето училище по застраховане и финанси. Научните ѝ интереси са в областта на кръговата икономика, екологичния риск и банковия мениджмънт.

Доц. д-р Яким Китанов е декан на академичната програма във ВУЗФ, София. Работи по проблемите на финансирането на екологичната политика на държавата, инвестиционния и иновационния мениджмънт.

Ас. Николина Марева е преподавател на основен трудов договор във ВУАРР. Работи по проблемите на социалното осигуряване и фондовете за допълнително пенсионно осигуряване, инвестиционния риск мениджмънт.

INVESTMENT RISK MANAGEMENT IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES: NATURE, AIM AND CONTEMPORARY ASPECTS

Abstract

Investment risk management has been gaining an increasing importance in the becoming more and more dynamic business environment. Entrepreneurs as economic agents whose role for innovations and economic growth is instrumental in every modern market economy, are placing attention on risk management in all their activities.

Subjects to the current paper are strategic management of investment risks, some key features of it and certain specific modern aspects of it. One of those aspects is related to the role, which is gaining momentum that environmental and social problems have on business climate and the necessity to manage the various risks arising in investment activities from these problems.

The aim of the research is to summarize the foundations of the chosen topic first within a theoretical, conceptual framework and afterwards the main tendencies in the specifics of risk management, related to environmental and social problems, to be outlined and analyzed.

Keywords: investment risk, strategic risk management, sustainable investment, responsible investment, negative screening.

УПРАВЛЕНИЕ НА ИНВЕСТИЦИОННИЯ РИСК В ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ: СЪЩНОСТ, ЦЕЛИ И СЪВРЕМЕННИ АСПЕКТИ

Научен колектив:

Ръководител: проф. д-р Огняна Стоичкова

Състав:

доц. д-р Георги Георгиев

доц. д-р Бисер Кръстев

доц. д-р Виржиния Желязкова (привлечен член от ВУЗФ)

доц. д-р Яким Китанов (привлечен член от ВУЗФ)

ас. Николина Марева

Резюме

Управлението на инвестиционния риск добива нарастващо значение в ставащата все по-динамична бизнес среда. Предприемачите като икономически субекти, чиято роля е централна за иновациите и икономическия растеж във всяка съвременна пазарна икономика, също се стремят да управляват рисковете в своите дейности.

Обект на настоящото изследване е същността на стратегическото управление на инвестиционните рискове, някои негови основни особености и проявлението на някои специфични негови аспекти в съвременността. Един от тези аспекти е свързан със засилващото се влияние на проблемите на околната среда и обществото върху бизнес климата и необходимостта от управлението на различните видове рискове, свързани с тези проблеми, които се появяват в инвестиционната дейност.

Целта е да се обобщят основните положения на избраната проблематика първо в теоретичен, концептуален план, а след това да се открият и да се анализират тенденциите, проявяващи се в конкретиката на управлението на рисковете, свързани с околната среда и обществото (екологични и социални рискове).

Ключови думи: инвестиционен риск, стратегическо управление на риска, устойчиви инвестиции, отговорни инвестиции, негативен скрининг.

ВЪВЕДЕНИЕ

Управлението на инвестиционния риск добива нарастващо значение в ставащата все по-динамична бизнес среда. Предприемачите като икономически субекти, чиято роля е централна за иновациите и икономическия растеж във всяка съвременна пазарна икономика, също се стремят да управляват рисковете в своите дейности. Инвестициите от своя страна са също основен фактор за икономическия растеж¹, а също така и вложения в бъдещето².

Обект на настоящото изследване е същността на стратегическото управление на инвестиционните рискове, някои негови основни особености и проявлението на някои специфични негови аспекти в съвременността. Един от тези аспекти е свързан със засилващото се влияние на проблемите на околната среда и обществото върху бизнес климата и необходимостта от управлението на различните видове рискове, свързани с тези проблеми, които се появяват в инвестиционната дейност.

Целта е да се обобщят основните положения на избраната проблематика първо в теоретичен, концептуален план, а след това да се открийт и да се анализират тенденциите, проявяващи се в конкретиката на управлението на рисковете, свързани с околната среда и обществото (екологични и социални рискове) под формата на т.нар. устойчиво или отговорно инвестиране.

МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ

Използваната методика е предимно от областта на качествения и сравнителния анализ. Материалите за анализа са както от национални, така и от международни източници, като във втора глава са използвани базите данни на *Eurosif* и *GISA*.

СТРАТЕГИИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ИНВЕСТИЦИОННИТЕ РИСКОВЕ

Цели на стратегическото управление на риска

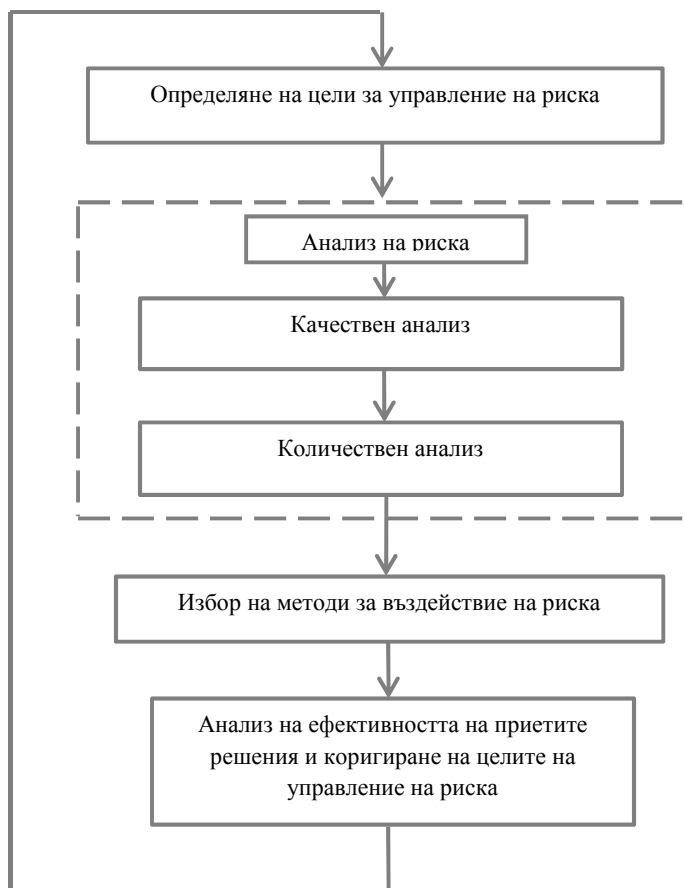
Цел на *стратегическото управление на риска* е да се създаде инвестиционна система за сигурност в предприятието. И тук е изключително важна ролята на рисковата диагностика, която „в контекста на съвременния риск мениджмънт е първият, основополагащ

¹ Георгиев, Г., Кръстев, Б., Марева, Н. Инвестиции, Изд. „Макрос“, Пловдив, 2015, с. 9.

² Стоичкова, О. Регулиране на инвестиционната политика на държавата. Сборник от материали на научна конференция на тема: „Проблеми и насоки на регионалното развитие в България“, ВУАРР, 2015.

компонент (фаза, етап, процедура), който служи за база за следващите етапи в управлението на риска³. Целта на *тактическото управление на риска* е осигуряването на ръст на капитала вследствие на намаляването на рисковете за проекта.

На етапа на поставянето на *стратегическите* цели на управление на риска се прилагат методите за анализ и прогнозиране на икономическата конюнктура, разкриване на възможностите и нуждите на предприятието в рамките на стратегията и текущия план за развитието му. Трябва да се построи ясна стратегия и на базата ѝ да се изгради политика за управление на риска (Фиг. 1).



Фиг. 1. Определяне на стратегическите цели на управление на риска

³ Габровски, Р. Рискава диагностика и оценка на корпоративните клиенти в общото застраховане. Издателство на ВУЗФ „Св. Григорий Богослов“, София, 2013, с. 18.

Можем да разграничим следните важни моменти при разделението на целите за управление на инвестиционния риск:

(1) рисковете се разглеждат спрямо целите, към постигането на които е насочено инвестиционното решение (стратегическата цел към постигане на стратегическо инвестиционно решение, тактическата цел – към осигуряване на решение за отделни проекти);

(2) рисковете се представят като вероятност за непостигане на избраната цел поради неопределеността на протичането на социално-икономическите процеси и многото възможни ситуации за реализиране на инвестиционното решение.

По отношение на *стратегическите цели на управление* на риска можем да разграничим два вида инвестиционни решения:

(1) въздействието върху паричните потоци в сферата на дългосрочните инвестиционни решения;

(2) формиране на направление на паричните потоци на предприятието, за да се улесни влиянието му върху външната среда.

Всъщност *стратегическото управление* на инвестиционните рискове е въздействие на управляващите подсистеми върху инвестиционната сигурност на предприятието чрез оптимизиране на ресурсните потоци и взаимодействието на предприятието със субектите на външната среда.

Тактическото управление на инвестиционните рискове трябва да осигури такъв паричен поток, който да формира фиксирана форма на финансиране на производството и да осигури печалба. Различават се следните видове решения:

(1) своевременно привличане на ресурси, съответстващи по количество и качество на изискванията на проекта;

(2) рационално разпределяне и комбиниране на ресурсите.

Тези решения са насочени към максимизиране на капитала за отделните проекти чрез намаляване на риска.

Стратегията за управление на риска включва следните общи процедури:

(1) поемане на риска от предприятието (на своя отговорност);

(2) отказ на риска;

(3) прехвърляне на част или на цялата отговорност за риска на други субекти.

Изборът на процедура за управление на риска се определя от общата стратегия по отношение на риска, която зависи от размера на потенциалните загуби, от една страна, и от финансовите възможности – от друга.

Стратегиите на предприятието по отношение на риска могат да бъдат различни. За *предпазливата стратегия* са характерни такива процедура за управление на риска като отказ от риск и прехвърляне на риска на други субекти. Тази стратегия се характеризира с това, че управлението на фирмата предпочита да минимизира риска от банкрут, загуба на планирания доход или печалба. Често точно по-рискованата стратегия позволява да се завладее нова пазарна ниша.

За по-рискованата стратегия на управление на риска са характерни такива процедури като поемане на риска и прехвърлянето на риска на други субекти. В този случай размерът на риска, останал за фирмата, може да се окаже твърде голям и тя може частично или напълно да прехвърли на друг субект само *прекомерния риск*.

Да разгледаме някои начини за управление на инвестиционните рискове:

(1)*прехвърляне на риска* – най-простият начин да се избегне операционния валутен риск. По възможност се прехвърля на партньора по сделката;

(2)*салдиране на операционния риск* – метод за намаляване на риска за големите компании. Ако компанията има различни дейности в различни страни и валути, рискът се намалява, като различните сделки в една валута се салдират, а неблагоприятното промяна в курса на една валута се компенсират от благоприятната промяна на друга;

(3)*кръстосано хеджиране* се прилага в сделки с компании от страни, чиито валути са вързани с някоя от твърдите валути. Ако стандартните методи на хеджиране (чрез фючърси, опции и др.) са неприложими, поради слабо развития валутен пазар на дадена страна, хеджира се промяната на курса на твърдата валута, за която е вързана валутата на тази страна;

(4)*паралелни заеми* се използват от мултинационални компании за снижение на дългосрочните операционни рискове. Това означава, че компания от страна А иска да инвестира в страна Б, а компанията от страна Б – в страна А. В този случай, за да се избегне риск от промяна във валутния курс, компания А взема заем от компания Б във валута Б, а компания Б взема такъв заем от компания А във валута А. След приключване на инвестиционния проект компаниите изчисляват получените в чужда валута печалби след конвертиране на валутата, а свързаните с това рискове изчезват;

(5)*застраховане на операционни рискове* чрез застрахователни компании или други трети лица. Това е много разпространен начин за намаляване на операционните рискове. Застрахователно събитие се

определя от намаляването или нарастването на обменния курс по-долу или по-горе от определеното в застрахователния договор ниво.

(6) *Застраховане на кредитните експозиции* – този тип застраховка „добива все по-голяма популярност в последните години“⁴. Неин „обект са всички рискове от неизпълнение на финансови задължения от страна на кредитополучателя по условията за договор за кредит“.

Подбор на методи за въздействие на риска

Тази дейност се осъществява на базата на плана за стратегическо развитие на фирмата. За дългосрочното управление на рисковете, възникващи вследствие на инвестиционната дейност, фирмата подготвя обобщен доклад от мониторинга на рисковете за предстоящата година. Съответните куратори трябва да представят през текущата година разработени за следващата година предложения и мониторинг на инвестиционните рискове.

В края на всяка година се прави корекция на обобщения мониторинг на рисковете. Уточнява се реализирането на потенциални рискови събития и техните размери.

Предложението за методи на управление на рисковете за конкретен проект се прави от риск мениджъра заедно с куратора. Риск мениджърът прави анализ на необходимостта от привличане на научноизследователски организации, определя необходимите видове изследвания и дейности, разходите за набелязаните цели. Това се отнася за особено важни проекти.

Бюджетът на мониторинга на риска в договора се определя от главния мениджър, съгласувано с другите звена в компанията.

Структура на мониторинга

Съдържанието на документа, отразяващ мониторинга, зависи от вида на дейността, характера на придобитите средства, условията и особеностите на проекта.

За мониторинга се възприема следната структура:

- (1) титулна/заглавна страница;
- (2) съдържание;
- (3) въведение;
- (4) структура на рисковете на проекта;
- (5) оценка на инвестиционните рискове;

⁴ Христозов, Ж., Димитров, П. Застрахователни продукти, Издателство на ВУЗФ, София, 2012, с. 251.

- (6) обосновка на методите за въздействие на риска;
- (7) резюме;
- (8) приложения.

Заглавната страница, съдържанието и бизнес планът се оформят по установените правила.

В раздела „Въведение“ се дават общи сведения за проекта: определят се целта и пътят за постигането ѝ; фиксират се потенциалните проблеми, решението на които е необходимо за постигането на целите; анализират се предимствата и недостатъците на пътищата за постигане на целите и се определя оптималният от тях.

В раздела „Структура на рисковете“ се прилага разработена система от рискове, които евентуално биха се реализирали в рамките на проекта, детайлите в дейностите, които са документално доказани, и анализ на резултатите.

Анализира се необходимостта от включването в структурата на инвестиционните рискове такива рискове, които са свързани с: (1) извършването на работата, получаването на проектосметната документация; (2) разработването на технико-икономическа обосновка на проекта. Структурата на тези рискове се основава на налични резултати от изследвания.

В раздела „Оценка на инвестиционните рискове“ се представят обобщени показатели, показващи значението на разглежданите рискове за проекта и фирмата. Оценката на значението на инвестиционните рискове става на етапите на приемане на инвестиционното решение и на реализацията на проекта.

Принципът на оценка на рисковете е еднакъв във всички стадии на проекта. Основни от тях са: (1) разглеждането на рисковете от позиция на стратегическото планиране на компанията; (2) приблизителна оценка на последствията от риска чрез съпоставка между „без“ и „с“ риск; (3) оценка на вероятността за настъпване се прави на основата на опита, натрупан от управлението на инвестиционните рискове, и на основата на изследвания на експерти; (4) отчитане на фактора време.

Определяне на значението на инвестиционния риск

Според някои автори методите за оценка на значението на риска имат три основни фази: *Фаза на идентификация*; *Фаза на анализ и оценка* и *Фаза на ранжиране*.⁵ За определяне на значението на

⁵ Владимирова, Л. Систематизация на методите за оценка на риска за възникване на технологични бедствия. Русенски университет, с. 13.

инвестиционния риск се прилагат следните методи (препоръчва се да се прилагат заедно няколко, даже всички):

- (1)метод на дървото на решенията;
- (2)анализ на чувствителността;
- (3)метод на сценариите;
- (4)метод Монте Карло;
- (5)експертен метод.

1. Методът на сценариите е най-ефективен при производствените рискове, свързани с недостиг на оборудване и се провежда по следния начин:

(1)проектът се разработва на етапи, всеки следващ от които зависи от предходния;

(2)предвижда се възможността от приемане на решение на всеки етап в точката на приемане на решение, следваща получаването на резултати от предходния етап;

(3)не би трябвало да има повече от три-четири варианта на резултати на всеки етап;

(4)оценява се вероятността на всеки резултат (сумата от вероятностите трябва да е равна на 1);

(5)определят се точките (възлите) на приемане на решение и се определят вариантите на решение;

(6)прави се графично изобразяване на клонките и възлите на приемане на решение и получаване на резултати чрез ползване на софтуер;

2. Анализ на чувствителността – най-илюстративният метод за показване и разглеждане на влиянието на отделните фактори на риск при изпълнение на проекта. Алгоритъмът на действие в такива случаи е следният:

(1)избират се параметри на проекта, чието влияние трябва да се отчита при анализа на общия риск;

(2)минималната стойност на всеки фактор се избира така, че според експертната оценка реалната стойност на факторите може да е равна или по-малка от тази стойност в не повече от 5% от случаите;

(3)максималната стойност на всеки фактор се избира така, че според експертната оценка реалната стойност може да е равна или по-голяма от тази стойност с не повече от 5% от случаите;

(4)прави се преглед на стойностите на ликвидност на лизингополучателя за всеки фактор от минималната до максималната стойност;

(5)резултатите от изчислението на чувствителността се изразява с „Торнадо“ диаграма и (или) с „Паяк“ диаграма.

В диаграмата „Торнадо“ базовата стойност на платежоспособността се изразява с плътна вертикална линия (ос „Торнадо“), а отклоненията, възникващи вследствие изменението на стойността на факторите, са разположени вляво и вдясно от оста и образуват фуния „Торнадо“ (предварително факторите трябва да се ранжират по степента на влияние върху платежоспособността).

Диаграмата „Паяк“ отразява влиянието на факторите върху резултатите от проекта и представлява графики, изобразени на осите: отклонение на фактора от базовата стойност в % и платежоспособност.

3. Метод на сценариите – имитират се няколко варианта на развитие на лизинговия проект и за всеки от тях се оценява инвестиционния риск. Разглеждат се три сценария на развитие на събитията, определени като песимистичен, реалистичен и оптимистичен.

4. Метод Монте Карло – построява се модел, който съдържа произволни величини, върху който впоследствие се правят поредица от числени експерименти за целите на оценката на влиянието на различните изходни величини върху вероятността за запазване на платежоспособността на лизингополучателя:

(1)определя се функцията на разпределение на всеки от входните параметри на модела;

(2)между входните параметри се определят взаимовръзки, показващи на изхода степента на риск на проекта;

(3)провежда се серия от (100.*n*) числени експерименти, където *n* е броят фактори;

(4)построява се функция на разпределение на резултатите и се изчисляват параметрите на иска.

5. Експертен метод – прилага се за изграждане на интегрален показател за рисковаността на лизинговия проект спрямо фактори, които нямат числов характер, и включва следните степени:

(1)формулиране на целите на експертното проучване;

(2)определяне на експертна група;

(3)одобряване на програмата на експертното проучване;

(4)събиране на експертната информация;

(5)анализ на експертната информация.

Получените от прилагането на всеки от методите резултати се анализират в посока на влиянието на рисковите събития върху платежоспособността и приемливостта на дадения риск. Определят се

вероятността от поява на инвестиционен риск и възможните пътища и начини за въздействие върху последствията от рисковото събитие.

Значението на инвестиционния риск за компанията се определя по два критерия: (1) размера на последствията и (2) вероятността за настъпване на рисковото събитие. *Размерът на последствията* се определя като разлика между плащанията без рисковото събитие и тези с рисковото събитие. *Вероятността за настъпване на рисковото събитие* е положителна цифрова характеристика на шансовете за реализация на рисковото събитие, даваща стойност, равна на 1, заедно с вероятността от обратно събитие.

Изводите се изобразяват на картата на риска върху осите – последствия от риска и вероятност от настъпване.

ОТГОВОРНОТО ИНВЕСТИРАНЕ КАТО НОВА ТЕНДЕНЦИЯ В ИНВЕСТИЦИОННИТЕ СТРАТЕГИИ

Както вече стана дума в изложението, инвестициите играят важна роля в съвременната пазарна икономика⁶. Те изразяват „инвестирането на капитала с цел неговото последващо увеличение“⁷. Естествено е при това положение да се отдава предпочитание на проекти и дейности, „които гарантират на фирмата максимална ефективност“⁸.

Сред най-новите тенденции на капиталовите пазари, свързани с инвестиционните дейности на отделните предприемачи, се откроява отговорното или устойчивото инвестиране. Този тип инвестиране представлява начин за активно управление на екологичните и социалните рискове в различните бизнес дейности и затова се спираме по-подробно на него в изложението, което следва. Възникването на понятията устойчиво и отговорно инвестиране следва тенденцията на отдаване на нарастващо значение на устойчивото развитие. Устойчивото развитие от своя страна „е термин, който обединява целите на икономическото развитие и социалното развитие, наред с опазването на околната среда“⁹.

Дефинирането на прецизна типология на отговорните, устойчивите и социално отговорните инвестиции не е лесна задача. Първо, тези понятия са сравнително нови както за финансовата практика, така и за научната литература. Второ, те обхващат твърде

⁶ Георгиев, Г., Кръстев, Б., Марева, Н. Инвестиции, Изд. „Макрос“, Пловдив, 2015, с. 9.

⁷ Китанов, Я. Основи на инвестиционния мениджмънт. Издателство на ВУЗФ, София, 2015, с. 4.

⁸ Китанов, Я. Основи на инвестиционния мениджмънт. Издателство на ВУЗФ, София, 2015, с. 11.

⁹ Добрева, Ю. Устойчиво развитие на икономиката. Проблеми и перспективи. Изд. „Св. Сригорий Богослов“, София, 2016, с. 23.

много фактори и явления, които влияят върху финансовия резултат на компаниите – емитенти на ценни книжа, и това затруднява простото им дефиниране. Поради тези причини съществуват няколко понятия (посочените по-горе), които в редица случаи се използват като синоними, докато в литературата се спори доколко подходящо е това да се прави. Друга трудност произтича от сложността да се дефинира понятието „отговорна“ и „устойчива“ за дадена компания. В много случаи се сблъскваме с противоречия, произтичащи от самите особености на дейността на компаниите. Например може ли да бъде определена като отговорна спрямо обществото (и следователно инвестирането в нейни ценни книжа да се счита за отговорно) компания, която, от една страна, произвежда висококачествени козметични продукти, използвайки екологични методи, без да добавя вредни съставки като консерванти, парабени и др., но за събирането на някои от суровините, необходими за производствения процес, се използва детски труд? И ако все пак тя бъде определена като отговорна, защото продуктите, които произвежда, притежават определени качества, в коя категория отговорни компании следва да бъде поставена – в този случай отговорни към околната среда може би, но не и към обществото. В подобни случаи мениджърите, управляващи активи, следва да приложат собствената си логика и да преценят дали е „устойчиво“ инвестирането в подобни компании. За тях е много важно да се определи доколко дадена компания е отговорна и в коя категория да бъде поставена, тъй като от това зависят очакванията на пазара за нейното представяне, а тези очаквания се отразяват в цените на ценните ѝ книжа.

Алтернативен подход представлява стремежът да се определи какво означава дадена компания да не е отговорна и устойчива и въз основа на това, по метода на изключването, да се стигне до извода кои компании могат да бъдат определени като такива. И при този подход обаче, както се отбелязва и в научната литература по въпроса, се прилага значима степен на субективизъм, поради липсата на ясно дефинирани критерии за категоризация на компаниите.¹⁰ Начинът, по който става определянето на устойчивите и отговорните инвестиции, не е чисто теоретичен въпрос. Той засяга възвращаемостта на портфейлите, при формирането на които се прилагат стратегии за отговорно инвестиране.

¹⁰ Jan Trinks, Pieter, and Scholtens, Bert. The Opportunity Cost of Negative Screening in Socially Responsible Investing. *Journal of Business Ethics*, 2015. Available at: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2684-3/fulltext.html>, retrieved 31.05.2015.

В практиката се прилагат две модификации на метода на изключването, за да се определи дали дадена компания е устойчива и отговорна – изключване в широкия смисъл и такова в тесен, конкретен смисъл. Първата модификация на метода предполага дефинирането на широк спектър от характеристики, които компаниите не трябва да притежават, за да бъдат категоризирани като устойчиви и отговорни. При втората модификация обикновено се стъпва на определението за т.нар. „греховни ценни книжа“ (sin stocks).¹¹ „Греховните ценни книжа“ са емитирани от компании, чиято дейност по своята същност е явно вредна за околната среда или за физическото или психическото здраве на хората. Определенията за греховни ценни книжа варират, но може би най-известните се свързват с т.нар. „триумвират“ на алкохол, цигари и хазартна дейност и с предложенията от Ahrens т.нар. „портфейл на четирите В“, който включва ценни книги на компании от алкохолната, хазартната, оръжейната и порно индустрията (от ‘booze, bets, bombs, and butts’).¹²

Друга малко по-разширена дефиниция на греховните ценни книжа предлагат Lobe и Walkshäusl. Според тях алкохолът, тютюнът, хазартът, оръжията и порнографията представляват т.нар. „секстет на греховете“ („Sextet of Sins“).¹³ С понятието *медицински грях* от друга страна се обозначават ценните книги на компании, които извършват противоречиви от етична и здравословна гледна точка медицински дейности като аборти, тестове върху животни, производство и дистрибуция на контрацептиви, генно инженерство, извличане на ембрионални стволови клетки и др.¹⁴

Една от най-широко използваните дефиниции на понятието устойчиво и отговорно инвестиране си остава тази на Eurosif: „Устойчиво и отговорно инвестиране включва всички стратегии, които даден инвеститор може да прилага, и които отчитат екологичните, социалните и управленските аспекти и анализи“.¹⁵

¹¹ За повече вж. Renneboog, L., ter Horst, J., & Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior. *Journal of Banking & Finance*, 32(9), 1723–1742. Fabozzi, F. J., Ma, K. C., & Oliphant, B. J. (2008). Sin stock returns. *The Journal of Portfolio Management*, 35(1), 82–94, and MSCI (2013). Business involvement screening research. definitions and scope. http://help.riskmetrics.com/Screener/Content/Methodology/Business_Involv_Meth.pdf, retrieved on 6 June 2015.

¹² Ahrens, D. (2004). *Investing in vice: The recession-proof portfolio of booze, bets, bombs, and butts*. New York: St. Martin's Press.

¹³ Lobe, S., & Walkshäusl, C. (2011). *Vice versus virtue investing around the world*. Unpublished working paper, University of Regensburg. <http://dx.doi.org/10.2139/ssm.1089827>. Retrieved 6 June 2015.

¹⁴ Jan Trinks, Pieter, and Scholtens, Bert. The Opportunity Cost of Negative Screening in Socially Responsible Investing. *Journal of Business Ethics*, 2015. Available at: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2684-3/fulltext.html>, retrieved 31.05.2015.

¹⁵ Eurosif. European SRI Study, 2014. Available at: <http://www.eurosif.org/our-work/research/sri/european-sri-study-2014/>, retrieved 1 May, 2015, p. 10.

Инвестиционни стратегии за устойчиво инвестиране на капиталовите пазари

Както вече стана дума, големите организации като GSIA, Eurosif, EFAMA, PRI са разработили собствени типологии на основните стратегии, които се прилагат от инвеститорите, имащи желание да вложат средства в устойчиви и отговорни компании.

Разграничаването на стратегии е изключително важно, тъй като прилагането на всяка от тях носи със себе си определени рискове, на които съответстват и различни равнища на реализирана и на очаквана възвращаемост. Както ще стане ясно по-долу, стратегиите се асоциират предимно с избор на един или друг тип устойчиви и отговорни компании, в които се инвестира, и по-скоро може да се каже, че кореспондират с типологията на самите тези компании. Познаването на основните инвестиционни стратегии е полезно от гледна точка на това, че данните за тях дават добра представа за тенденциите на пазарите – за интереса към ценните книжа на компании, които могат да бъдат определени като устойчиви и отговорни.

Може да се каже, че се открояват **седем вида инвестиционни стратегии**. И четирите организации – GSIA, Eurosif, EFAMA, PRI, ги дефинират по сходен начин. Тези седем стратегии, както са представени в последния доклад на GSIA от 2014 г., са следните:

1. **Негативен скрининг** или прилагане на метода на изключването. Този тип стратегия се откроява като най-често прилаганата към момента, като лидер в това отношение безспорно е Европа. Прилагането ѝ се състои, най-общо казано, в отказ от закупуване на ценни книжа на компании, които не прилагат определени екологични, социални и управленски политики.

2. **Интегриране на екологични, социални и управленски критерии в процеса на вземане на решение или само „интегриране“** дали да се инвестира в дадена компания или не. Тази стратегия е на второ място по приложение на този етап. Тя предполага самите инвеститори или мениджърите, управляващи инвестиционния процес, да са възприели конкретни критерии и да ги прилагат активно като част от финансовия анализ за вземане на инвестиционно решение.

3. На трето място по приложение е стратегията, при която инвеститорите или мениджърите на активи се стремят да идентифицират компании, в които явно се наблюдава политика на даване на възможност на акционерите да упражняват влияние за поемане на ангажименти за прилагане на екологични, социални и

конкретни управленски практики. Тази стратегия накратко е известна като **„корпоративна ангажираност и активност на акционерите“** (Corporate engagement and shareholder action).

4. На следващо място е т.нар. **позитивен скрининг** (positive/best-in-class screening). Тоест избират се компании, които, сравнени с конкурентите си, се отличават в прилагането на екологични, социални и конкретни управленски критерии.

5. **Нормативен скрининг** (Norms-based screening). В този случай инвестирането става, след като се направи скрининг, или детайлно проучване, на възможните инвестиционни избори въз основа на минимални стандарти (норми) в практиката на бизнеса.

6. **Инвестиране, тематично ориентирано към устойчивото развитие** (Sustainability-themed investing). Когато се прилага тази стратегия, се търсят компании и съответно видове ценни книжа, които тематично са ориентирани към устойчивото развитие по един или друг начин.

7. Последната стратегия, която представяме тук, е инвестирането с цел постигане на значим ефект („инвестиране във въздействие“) чрез влагане на средства в различни активи или инициативи, чиято цел е **преодоляването или подобряването на състоянието на даден екологичен или социален проблем** (Impact/community investing). Тази стратегия отбелязва най-висок темп на растеж – 146%, в периода 2012–2014 г.¹⁶. Сходни на тази класификация са и класификациите, предлагани от Eurosif, PRI и EFAMA. Те са представени в сравнителен план по-долу.

Сравнение между класификациите на инвестиционните стратегии

Сравнението, представено на фиг. 2, показва, че водещите организации, които изследват пазара на устойчиви и отговорни инвестиции, използват сходни, почти идентични класификации на стратегиите, които инвеститорите прилагат, когато влагат средства с подобна насоченост. Прави впечатление, че PRI и EFAMA не разграничават отделна стратегия за инвестиране с цел ефект/общности и това вероятно се дължи на твърде малкия, въпреки силния ръст през последните години, обем на средствата, вложени по линия на тази стратегия. Другото различие е в това, че EFAMA не отграничава отделна стратегия за интегриране на екологични, социални и управленски критерии в инвестиционния процес.

¹⁶ Global Sustainable Investment Review 2014. GSIA. Available on http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2015/02/GSIA_Review_download.pdf, retrieved 28 June 2015, p. 3.

| GSIA | Eurosif | PRI | EFAMA |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Негативен скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии | Изключване | Негативен/изключващ скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии | Негативен скрийнинг или изключване |
| Интегриране на екологични, социални и управленски критерии | Интегриране на екологични, социални и управленски критерии | Интегриране на екологични, социални и управленски въпроси | - |
| Корпоративна ангажираност и активност на акционерите | Ангажираност и гласуване | Ангажираност (три вида) | Ангажираност (гласуване) |
| Нормативен скрийнинг | Нормативен скрийнинг | Нормативен скрийнинг | Нормативен скрийнинг |
| Позитивен скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии и избор на най-добрия | Избор на най-добрия | Позитивен скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии и избор на най-добрия | Политика на най-добрия |
| Тематично ориентиране към устойчивото развитие | Тематично ориентиране към устойчивото развитие | Инвестиране, тематично ориентирано към екологични, социални и управленски въпроси | Тематично инвестиране |
| Инвестиране с цел ефект/ общности | Инвестиране с цел ефект | - | - |

Фиг. 2. Сравнение между инвестиционните стратегии

Източник: *European SRI Study, 2014. Eurosif. Available at: <http://www.eurosif.org/our-work/research/sri/european-sri-study-2014/>, изтеглен на 1.05.2016 г., с. 8.*

Въпреки тези малки различия, като цяло класификациите са твърде сходни. Много е важно, че са изготвени и че се проследяват данни за всяка от тях. Те са особено полезни, когато се търси отговор на трите ключови въпроса, интересувачи инвеститорите:

- Какви точно стратегии съществуват към момента;
- Кои са предпочитаните стратегии;
- Какъв е ръстът на управляваните средства при всяка от тези стратегии.

Изследванията на GSIA показват, че за последните няколко години най-прилаганите от инвеститорите стратегии на капиталовите пазари в областта на зелените ценни книжа са негативният скрийнинг и интегрирането на екологични, социални и управленски критерии в процеса на вземане на решение, като негативният скрийнинг определено се налага като най-предпочитаната стратегия в глобален план. По данните от последния доклад на GSIA от 2014 г., в този тип стратегия са инвестирани 14,4 трилиона щатски долара активи под управление

предимно на европейските пазари¹⁷. Успехът на тази стратегия вероятно се дължи на нейната простота и яснота от методологическа гледна точка. При прилагането ѝ мениджърите на активи просто избягват инвестирането в дейности, които не отговарят на определени базови екологични, социални и управленски критерии, откъдето произтича и другото наименование на стратегията – „изключващ скрининг“ (“exclusionaryscreening”). Засега няма единна класификация, в която да е описано на кои точно екологични, социални и управленски критерии трябва да отговарят фирмите, за да не бъдат изключвани от инвеститорите в процеса на вземане на инвестиционно решение.

В това отношение PRI предоставят подробни примери за видовете скрининг, които най-често се прилагат в практиката, но не се ангажира да подкрепя нито един от тях. Просто прокламира, че поддържа стратегиите, при прилагането на които „инвеститорите са напълно наясно с последствията от инвестициите, които правят, и имат възможност да предоставят отчети относно тези инвестиции на клиентите и бенефициентите си“¹⁸.

С оглед на това, че Европа се откроява като лидер в прилагането на стратегията на негативен скрининг, на Фиг. 3 по-долу са илюстрирани данни на Eurgosif относно приложението ѝ.

Както е видно от фигурата, ръстът на активите под управление в тази стратегия е значителен. Само за периода 2011 – 2013 г. той достига цели 91,2%, което прави особено впечатление, като се има предвид, че през тези години се наблюдава стагнация на редица пазари вследствие на глобалната финансова криза.

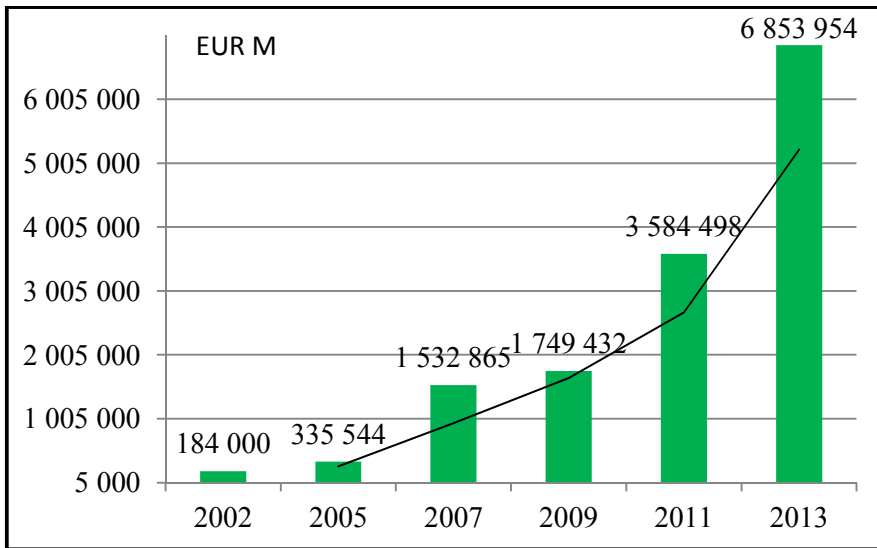
По същото време в САЩ, Австралия, Нова Зеландия и Азия като доминираща стратегия се откроява интегрирането на екологични, социални и управленски критерии в инвестиционния процес, като през 2014 г. (последната година, за която до 2016 г. има актуални данни) стойността на активите под управление при прилагането ѝ са били 12,9 трилиона щ.д.¹⁹. В Канада предпочитаната стратегия за същия период определено е корпоративната ангажираност и активност на акционерите, като през 2014 г. в нея са инвестирани 0,7 трлн. щ. д.²⁰.

¹⁷ Global Sustainable Investment Review 2014. GSIA. Available on http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2015/02/GSIA_Review_download.pdf, retrieved 28 June 2015, p. 3.

¹⁸ Screening. PRI. Available at: <http://www.unpri.org/areas-of-work/implementation-support/fix-income/screening/>, retrieved on 18 June 2015.

¹⁹ Global Sustainable Investment Review 2014. GSIA. Available on http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2015/02/GSIA_Review_download.pdf, retrieved 28 June 2015, p. 3

²⁰ Global Sustainable Investment Review 2014. GSIA. Available on http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2015/02/GSIA_Review_download.pdf, retrieved 28 June 2015, p. 3



Фиг. 3. Ръст на инвестициите при прилагането на стратегията „негативен скрийнинг“ в Европа (в млн. евро)

Източник: Eurosif, 2014



Фиг. 4. Ръст на прилагането на стратегии за устойчиво инвестиране в периода 2012 – 2014 г. (в млн. щ.д.)

Източник: GSIA, 2014 г.

На останалите четири стратегии се падат по-малък обем в абсолютни стойности активи под управление, въпреки че се наблюдава силен ръст и при тях през последните години, като тази тенденция е особено видна при стратегията „инвестиране във въздействие“ или

„преодоляването или подобряването на състоянието на даден екологичен или социален проблем“. Тенденциите в периода между двата доклада на GSIA 2012 – 2014 г. са илюстрирани на Фиг. 4. От нея става ясно, че всички стратегии бележат значим ръст, като съвкупното увеличение на стойността на активите под управление е около 100% – от 22 997 млн. щ.д. през 2012 г. на 41 091 млн. щ.д. през 2014 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Същността на инвестиционния риск принципно е еднаква за всички видове бизнес дейности. Инвестиционният риск се характеризира със собствени особености и начини на проявление. Познаването на неговата същност улеснява идентифицирането на отделните му аспекти и оттам – на стратегиите за неговото управление. Начините, по които той се проявява в предприемаческата дейност, могат да бъдат най-разнообразни.

Управлението на инвестиционния риск в предприемаческата дейност от своя страна следва линиите на неговото проявление. Характерното за предприемаческата дейност е, че в зависимост от сферата на икономическа активност, в която се развива бизнесът, динамиката при нея може да варира значително. Това изисква и прилагането на различни стратегии и техники за управлението на отделните видове инвестиционни рискове, които се наблюдават в течение на времето.

През последните години все повече внимание се отделя на значението на опазването на околната среда и на правата на човека. В резултат от активните политики на редица държавни органи по света, сред които Европейската комисия заема лидерска позиция, се създават разрастващ се брой регулации с цел да се ограничат вредните последици за околната среда и обществото в следствие на различни бизнес дейности. Тази тенденция естествено води до появата на нови видове рискове, пред които са изправени предприемачите. Такива са екологичният и социалният риск, които вече неизменно съпътстват почти всяка инвестиционна дейност и чието активно управление се свързва с понятието устойчиво или отговорно инвестиране.

Както се вижда от представените данни от GSIA и от направения анализ, през последните години се наблюдава засилен интерес от страна на инвестиционната общност към влягането на средства в ценни книжа на компании, които могат да бъдат определени като отговорни към околната среда и обществото. Тази тенденция е показателна за общите пазарни нагласи и резонира с политиките на

ведещите страни в света да работят активно за реализиране на кръгова икономика. Без подкрепата на финансовите пазари това трудно би могло да се случи.

Същевременно финансовите пазари са и един вид барометър на цялостните обществени и икономически нагласи и очаквания. Позитивната им реакция на предлагането на ценни книжа на фирми, които имат активно отношение към проблемите на околната среда, е окуражаваща за всички икономически субекти, работещи за трансформирането на икономическия модел в кръгов, тъй като това означава, че относително по-лесно биха могли да имат достъп до финансиране от пазарите.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Управление на инвестиционния риск в предприемаческата дейност“, изпълняван в периода 2014 – 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. Владимиров, Л. Систематизация на методите за оценка на риска за възникване на технологични бедствия, Русенски университет.
2. Георгиев, Г., Кръстев, Б., Марева, Н. Инвестиции, Изд. „Макрос“, Пловдив, 2015.
3. Добрева, Ю. Устойчиво развитие на икономиката. Проблеми и перспективи. Изд. „Св. Григорий Богослов“, София, 2016.
4. Китанов, Я. Основи на инвестиционния мениджмънт. Издателство на ВУЗФ, София, 2015.
5. Стоичкова, О. Регулиране на инвестиционната политика на държавата. Сборник от материали на научна конференция на тема: „Проблеми и насоки на регионалното развитие в България“, ВУАРР, 2015.
6. Христозов, Ж., Димитров, П. Застрахователни продукти, Издателство на ВУЗФ, София, 2012.
7. Jan Trinks, Pieter, and Scholtens, Bert. The Opportunity Cost of Negative Screening in Socially Responsible Investing. *Journal of Business Ethics*, 2015. Available at: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2684-3/fulltext.html>, retrieved 31.05.2015
8. Renneboog, L., ter Horst, J., & Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior. *Journal of Banking & Finance*, 32(9), 1723–1742, Fabozzi, F. J., Ma, K. C., & Oliphant, B. J.

(2008). Sin stock returns. *The Journal of Portfolio Management*, 35(1), 82–94, and MSCI (2013). Business involvement screening research. definitions and scope. <http://help.riskmetrics.com/Screeners/Content/Methodology/BusinessInvolvement.pdf>, retrieved on 6 June 2015.

9. Ahrens, D. (2004). Investing in vice: The recession-proof portfolio of booze, bets, bombs, and butts. New York: St. Martin's Press.

10. Lobe, S., & Walkshäusl, C. (2011). *Vice versus virtue investing around the world*. Unpublished working paper, University of Regensburg. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1089827>. Retrieved 6 June 2015.

11. Jan Trinks, Pieter, and Scholtens, Bert. The Opportunity Cost of Negative Screening in Socially Responsible Investing. *Journal of Business Ethics*, 2015. Available at: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2684-3/fulltext.html>, retrieved 31.05.2015

12. Eurosif. European SRI Study, 2014. Available at: <http://www.eurosif.org/our-work/research/sri/european-sri-study-2014/>, retrieved 1 May, 2015

13. Global Sustainable Investment Review 2014. GSIA. Available on http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2015/02/GSIA_Review_download.pdf, retrieved 28 June 2015

14. Screening. PRI. Available at: <http://www.unpri.org/areas-of-work/implementation-support/fix-income/screening/>, retrieved on 18 June 2015.

**Научен колектив с ръководител
проф. д-р Огняна Стоичкова**

**ИНОВАЦИИТЕ – ФАКТОР ЗА
УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Проф. д-р
Огняна
Стоичкова



Доц. д-р
Георги
Георгиев



Доц. д-р Бисер
Кръстев



Доц. д-р
Виржиния
Желязкова



Доц. д-р Яким
Китанов



Ас. Николина
Марева

Проф. д-р Огняна Кирилова Стоичкова е завършила Санкт Петербургския държавен университет по икономика по специалност „Финанси и кредит“. Научно-преподавателската ѝ кариера започва в Стопанска академия „Д. А. Ценов“, гр. Свищов, след защита на дисертационен труд „Ролята на кредитно-разплащателния механизъм в икономиката на България“ под научното ръководство на проф. д-р Делчо Порязов. Във ВУАРР е преподавател от 2005 година. Титуляр е на дисциплините Икономикс, Теория на парите и кредита, Държавно регулиране на икономиката, Международна икономика.

Доц. д-р Георги Георгиев работи във ВУАРР от 2011 г. Научните му интереси са в областта на финансовия и банковия риск мениджмънт, а също и управлението на инвестиционни портфейли.

Доц. д-р Бисер Кръстев е преподавател във ВУАРР от 2011 г. Работи по проблемите на банковия мениджмънт, финансовото посредничество, оценка на бизнеса.

Доц. д-р Виржиния Желязкова е зам.-ректор във Висшето училище по застраховане и финанси. Научните ѝ интереси са в областта на кръговата икономика, екологичния риск и банковия мениджмънт.

Доц. д-р Яким Китанов е декан на академичната програма във ВУЗФ, София. Работи по проблемите на финансирането на екологичната политика на държавата, инвестиционния и иновационния мениджмънт.

Ас. Николина Марева е преподавател на основен трудов договор във ВУАРР. Работи по проблемите на социалното осигуряване и фондовете за допълнително пенсионно осигуряване, инвестиционния риск мениджмънт.

INNOVATIONS – A FACTOR FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract

The contemporary understanding for development is invariably intertwined with the need for it to be sustainable. The global financial crisis revealed a number of weaknesses of the functioning of the economic systems of the countries. The pressing need to seek sustainable economic development came to the forefront as opposed to the understanding for development at any cost. In this economic context, promoting innovation becomes instrumental in a natural way.

The aim of the current paper is to present and discuss on the link between innovations and sustainable development, and the authors support the opinion that in today's dynamic globalizing world they are directly related.

The research methodology used in the paper is primarily qualitative analysis.

The main inferences from the research articulate that encouraging innovations is at the core of the transition to sustainable development both at micro and at macro level. This implies a structural change of the model according to which firms operate.

Keywords: innovations, sustainable development, complex management, reputation.

ИНОВАЦИИТЕ – ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Научен колектив:

Ръководител: проф. д-р Огняна Стоичкова

Състав:

доц. д-р Георги Георгиев

доц. д-р Бисер Кръстев

доц. д-р Виржиния Желязкова (привлечен член от ВУЗФ)

доц. д-р Яким Китанов (привлечен член от ВУЗФ)

ас. Николина Марева

Резюме

Съвременното разбиране за развитие неизменно се асоциира с необходимостта то да бъде устойчиво. Глобалната финансова криза разкри редица слабости на функционирането на икономиките на отделните държави. На преден план изпъкна острата нужда от търсенето на устойчивост на икономическото развитие в противовес на развитието на всяка цена. Поощряване на иновациите като основен фактор за осигуряването на устойчиво развитие се налага по естествен път в този икономически контекст.

Предмет на настоящата статия е връзката между иновациите и устойчивото развитие, като мнението на авторите е, че в съвременния динамичен глобализиращ се свят те са пряко свързани.

Използваната методика е предимно от областта на качествения анализ.

Основните изводи от изследването са, че поощряването на иновациите е ключов фактор за гарантиране на устойчиво развитие на микро- и макроравнище. Това налага промяна на модела, по който функционират фирмите.

Ключови думи: иновации, устойчиво развитие, комплексно управление, репутация.

ВЪВЕДЕНИЕ

Управлението на предприятията в съвременните условия на развитие на икономиката изисква гъвкаво прилагане на цялата палитра инструменти от топмениджърите в компанията и тяхната своевременна адаптация към променящата се обстановка.

В изследването се поставят на анализ някои теоретични аспекти на управлението, които отразяват реформирането на функционалната среда на фирмата, от една страна, а от друга – които определят устойчивото развитие на икономиката.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ

Настоящото изследване представлява качествен анализ на редица основополагащи теории и концепции, свързани с обекта на труда – очертаването в концептуален план на връзката между иновациите и реализирането на устойчиво развитие. За целта обект на анализа първо е тази връзка, след това се разглежда отново в теоретичен план проблемът за комплексното управление като устойчиво развитие. Комплексното управление е именно моделът, който трябва да се следва от мениджмънта на фирмите, за да се осигури необходимата среда за създаване на иновации и оттук – за реализиране на устойчиво развитие.

ВРЪЗКА МЕЖДУ ИНОВАЦИИ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Условията на пазарна икономика създават ожесточена конкурентна среда, в която едно от условията за оцеляване на фирмите е гъвкавост на производство и отвореност към иновациите. Затова съвременните тенденции в развитието на мениджмънта са пряко свързани с използването на иновационни технологии в предприятията.

Дефиницията на термина „иновация“ и неговото използване са обект на различни трактовки по смисъла му. Водещи икономисти често използват понятията „иновационни технологии“, „иновационно предприятие“, „иновационно управление“, „иновационна политика“ и др. Ще се спрем накратко на основните позиции в терминологичното тълкуване, залегнало в изследванията.

Терминът „иновация“ (от английски език – *innovation* – новаторство, новост) е въведен от австрийския икономист Йозеф Шумпетер (Joseph Schumpeter) и под иновация се разбира използване на новост под формата на нови технологии, видове продукция и услуги, нови форми на производство и труд, обслужване и управление

(Schumpeter, 1934). Под иновационни технологии ще разбираме набор от методи, средства и мероприятия, осигуряващи иновационната дейност (Колосов, 2002). Използването на иновационни технологии в дейността на организациите дава основание да говорим за създаване на „иновационно предприятие“. Учените от бизнес школата към Манчестърския университет предлагат следната трактовка на понятието: „иновационно предприятие – това е предприятие, което притежава способност за продължително създаване на новото, благодарение на своите технологии, системата на управление, маркетинга, отговаря на изискванията на пазарната конкуренция и може да съществува и се развива в дълъг период от време“ (Peyszin, 2006). Така използването на съвременни технологии предполага реструктуриране и система за мениджмънт в организацията.

Предприятията, използващи в дейността си иновационни технологии, до голяма степен са адаптирани към пазарните условия и заемат важно място в процеса на устойчиво развитие.

Днес голямо внимание се отделя на устойчивото развитие на предприятията, способността им адекватно да реагират на случващите се промени в икономиката. Все повече се обръща внимание на устойчивостта в развитието на икономиката и на отделните предприятия.

Икономически устойчивите предприятия, опиращи се на мощен ресурсен потенциал, стратегическо планиране и управление, както и на механизъм, позволяващ да се избегнат големи грешки, на собствени уникални и оригинални начини за формиране и подбор на решения, спомагат за успешната реализация на национално устойчиво развитие.

Стратегическото развитие на предприятието и реализацията на бъдещите му планове зависи от редица външни и вътрешни фактори. За успешната еволюцията спомага изследването на възможностите за достъп до ресурсите, което увеличава възможността за постигане на мащабни и привлекателни цели на базата на порасналия стратегически потенциал на предприятието. Това определение се базира на виждането за ресурсната стратегия, а именно, че стратегическото развитие на фирмата се определя от наличието и качеството на наличните ресурси – материални, нематериални и човешки. В тази връзка американските теоретици на мениджмънта Дж. Пиърс и Р. Робинсън отбелязват: „Ресурсният възглед на стратегията се основава на предпоставката, че основната разлика между фирмите се състои в

това, че всяка от тях притежава уникален набор от ресурси и уникални възможности за тяхното използване, т.е. компетенция“¹.

Ролята на устойчивото развитие на предприятието се състои в целенасочена промяна на вътрешната среда, адекватно с текущите и бъдещите промени във външната среда, като успоредно с това се осигурява дългосрочната устойчивост на предприятието. Процесът на осигуряването на текущата устойчивост се състои в създаване на баланс между текущите ресурсни възможности с оглед на спецификата на процесите на развитие и особеностите на пазара. Процесът на развитие, изисквайки ресурси за реализацията си, намалява устойчивостта на предприятието.

Сложността на проблема на управлението на устойчивото развитие на предприятието е в многостранността и нееднозначността на самото понятие, което предизвиква и по-нататъшна непоследователност в действията. Преди да пристъпим към изследването на нематериалните активи в съвременната практика на управление на развитието на предприятията в сферата на услугите, е необходимо да се определи самото понятие „устойчиво развитие“.

Всяка икономическа система (в това число и предприятието) има две форми на състоянието си: *функциониране* и *развитие*. Функциониране – това е поддържане на жизнеспособност, запазване на функциите, определящи целостта на организацията, сигурността, същностните характеристики. Развитие – това е придобиване на ново качество, укрепващо жизнеспособността на организацията в условията на променяща се среда. В процеса на функциониране и развитие на икономическата система понятието устойчивост придобива особена значение.

Според И. Я. Блехцин устойчивостта е свойство на системата да се възвръща в равновесен или близък до него режим след излизането от него в резултат на някакво въздействие (Блехцин, 2001). Устойчивостта характеризира състоянието на предприятието по отношение на външните въздействия. Най-устойчиво е това състояние, което при равни външни въздействия и вътрешни промени е подложено на най-малки промени и отклонения. Условия за устойчивост към външни въздействия са вътрешните свойства на самото предприятие.

Икономическата устойчивост е комплексно понятие, както и самата стопанска дейност. Много икономисти разбират под устойчиво

¹ Терминът „компетенция“ (от лат. – съответствие, съразмерност) означава: сфера на пълномощия на организация или лица; набор от въпроси, в които дадена личност има познания и опит.

предприятие комплекс от неговата производствена, иновационна, организационна и финансово-кредитна дейност, тяхното взаимодействие и взаимно влияние, качеството и иновативността на продукцията, научно-техническото ниво на материално-техническата база на предприятието, стабилността на ресурсното му осигуряване, състоянието на кадровия и интелектуален потенциал, характера на иновационния мениджмънт.

Устойчивостта се изразява в способността на системата за самосъхранение, определя жизнеспособността и адаптацията на системата, най-важен фактор на която са възможностите за адаптация на предприятието като съвкупност от механизми и ресурси на системата, достатъчна за приспособяване към външните условия.

Можем да формулираме следното общо понятие за икономическа устойчивост: това е способността на предприятието да запази определеното (зададена предварително) ниво на постигане на целите в условията на динамични трансформации в бизнес средата.

Развитие – означава промяната на състоянието, преходът от едно състояние в друго, най-добро и целесъобразно за по-нататъшната дейност. Икономическото развитие на предприятието може да се определи като процес на обновление на производствените или бизнес процеси, осигуряващи качествено ново ниво на функциониране на предприятието.

Днес терминът „устойчиво развитие“ няма единно общоприето значение, което води до противоречие в различните тълкувания. Понятието „устойчиво развитие“ към момента има доста голям брой определения, защото в рамките на понятието се прави опит за описание на процесите на развитие на системи с различна природа и ниво на организация: биологични, социално-икономически, политически, географски и др. Както отбелязва Добрева, за водеща дефиниция на устойчивото развитие е определена дефиницията на Световната комисия по околната среда и развитието към ООН: „развитие, което отговаря на нуждите на настоящото поколение, без да лишава бъдещите поколения от възможността да задоволяват собствените си нужди“ (Добрева, 2016). Въпреки че тази дефиниция кристализира през 80-те години на XX в., както Добрева посочва, корените на концепцията за устойчивото развитие могат да се търсят още в книгата на Томас Малтус „Есе върху принципите на населението“, излязла от печат в далечната 1798 г. (Добрева, 2016).

Някои учени свързват понятието „устойчиво развитие“ със стабилно развитие. Според руските икономисти Чепурних и Новоселов

проблемът за устойчивото развитие се свежда до два ключови аспекта: необходимостта обществото да задоволи своите потребности, от една страна, а от друга – ограничението на възможностите на околната среда да удовлетвори съществуващите нужди. Нарастването на напрежението на конфликта до критични стойности води до загуба на устойчивост и преминаване на системата от диапазона на допустимо натоварване в състояние на криза (Чепурних, Новоселов, 1996).

По този начин устойчивото развитие трябва да доведе до състояние на хармония и контролиран процес на промяна, в който мащабът на експлоатация на ресурсите, размерът и целенасочеността на капиталовложенията, техническото развитие и институционалните промени се съгласуват с настоящите и бъдещите потребности.

Икономическото развитие на предприятието е устойчиво при наличие на следните условия:

- съсредоточаване към изпълнени на стратегическите задачи на икономиката;
- съответствие на процеса на възпроизводство на динамиката на потребностите на микросистемата;
- наличие на известна самостоятелност, автономност и адекватна система на управление;
- наличие на потенциал, необходим за самоорганизация и самостоятелно развитие.

Трябва да отбележим, че в икономическата литература се срещат различни трактовки на понятията „пазарен потенциал“, „икономически потенциал“, „ресурсен потенциал“, „адаптационен потенциал“. Всички определения за тези понятия се отнасят до дейността на предприятието. Но всяка от тези категории, по мнението на авторите, отразява някои страни на дейността на предприятието и няма еднозначно определение.

Понятието „потенциал“ се разглежда в различни науки.

Терминът „потенциал“ (от латински *potentia*) означава сила. В широк смисъл думата потенциал означава средство, източник, запаси, които са налични и могат да се използват и да се приведат в действие за постигане на определена цел, осъществяване на план, решаване на дадена задача, възможност на дадена система в някаква област.

Необходимо е да се разглежда икономическият потенциал във взаимната зависимост на производствените условия, възникващи между отделните работници, колектива, управленския апарат на организацията с външната среда за пълното използване на възможностите за производство на стоки и услуги. Към най-важните

съставни на икономическия потенциал някои учени отнасят: пазарния потенциал, производствения потенциал, финансовия потенциал. Пазарният потенциал се характеризира с максимална реализация на стоки при определено ниво на осигуреност на ресурсите и представлява мярка за използване на производствения потенциал (Алексиева, Василев и др., 2007).

В икономическата литература понятието „адапционен потенциал“ често се отъждествява с понятието „икономически потенциал“, под което се разбира съвкупност от ресурси, необходими за производството на продукти и услуги за удовлетворение на потребностите на обществото и ефективното му развитие.

Икономическият потенциал се формира за сметка на основните производствени ресурси. Има три основни източници на ресурси: земя, труд и капитал. С оглед на това икономическият потенциал може да се разглежда като интегрирана система от взаимно свързани и взаимнозависими потенциали: природен, човешки, производствен, информационен и иновационен. Развитието на всеки отрасъл се основава на неговия потенциал (Гутщайн, 1972).

Така адапционният потенциал може да се разбира като съвкупните възможности на предприятието за оптималното използване на наличните ресурси с цел осигуряване на конкурентоспособността и икономическия ръст в съвременните икономически условия.

Една от особеностите на развитието на световната стопанска система в началото на XXI век е тенденцията към нарастване и усложняване на икономическите процеси, вследствие прехода към постиндустриален стадий на развитие, който е наречен от изследователите „нов“ (иновационен, информационен). Този етап е следствие на трансформационни изменения в съотношението на факторите на производство и ролята им в развитието на икономиката, повишаването на значението на човешкия фактор и интелектуализацията на труда.

Повечето учени, изследващи съвременната икономика, подлагат на анализ отделни характеристики и прояви, формиращи икономическата система. При това под „нова“ икономика се разбира икономиката, която се базира на поток от иновации, материализирани под формата на нови, високоефективни научни технологии, стоки и услуги. „Новата“ икономика не само оперира със знания и ги замества с реално производство, но и като система използва и внедрява иновации в практиката.

„Новата икономика“ се разглежда от позицията на комплексния подход като (Ченцова, 2008): постиндустриална икономика; информационна икономика; иновационна икономика; мрежова икономика (взаимодействие на носителите на знания опосредстват мрежовите връзки в световен мащаб).

Изследванията по гореспоменатите концепции се провеждат и в аспект проучване на трансформационните промени на технологичната основа на икономическата система в рамките на следните закономерности и принципи: принцип на повишаващата се възвръщаемост; ускорен растеж, засилващ се от мрежовата комуникация между субектите, ефектите от акумулиране на технологичен и интелектуален потенциал; основна институция за получаване, разпространение и ползване на знания е Националната иновационна система (НИС); устойчивото развитие в дългосрочен план се осигурява от иновационната дейност на субектите.

Новата технологична база на икономиката, в чиято основа е информацията (наука, знания), има нов пропорционален механизъм, с който е възможно да се преразпределят частите на създадените ползи и осигуряване на временен монопол, от което се повишава нормата на печалба на микрониво. Новите производствени единици са обект на разпределение на свободен капитал, а това се отразява върху капитализацията на компанията, повишава я, разширява формирация се пазар и нов тип потребление, което като цяло обуславя развитието на нова технологична база.

В тази връзка не всички ресурси и компетентности имат равна „адаптивна стойност“ за предприятието. Едни от тях са по-стойностни, други – по-малко. Тяхната стойност се определя от значението им за реализирането на стратегията и достъпността до участниците на пазара. Привлекателна характеристика на компетентностите е, че допринасят за допълнителна стойност чрез по-ефективно използване на ресурси. Базовите ресурси и компетентности служат за определяне на минимално необходимите ресурси и компетентности за съществуването на предприятието в конкурентна среда. Сред ресурсите и компетентностите, осигуряващи реализацията на стратегическите планове, особена стойност имат тези, които не са леснодостъпни за конкурентите. Те се отнасят към уникалните ресурси и ключови компетентности. Уникални ресурси – това е съвкупност от ресурси, които осигуряват конкурентни предимства и които е невъзможно или много скъпо за конкурентите да ги копират или получат.

Уникалните ресурси са най-важната предпоставка и надеждна основа за конкурентно предимство, но е практически невъзможно да се формират: тях или ги има, или липсват. Във всеки случай ключовите компетентности се отнасят към тази част на нематериалните ресурси на предприятието, която формира неговия стратегически потенциал.

КОМПЛЕКСНОТО УПРАВЛЕНИЕ КАТО УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Най-важен момент в развитието на всяка компания е нейното структуриране на определен етап от жизнения цикъл, когато без рационализиране на вътрешната структура и определяне на норми и правила за поведението, развитието на предприятието ще е невъзможно.

За реализацията на всяка стратегия може да се подбере оптимален набор от ресурси. На всеки стадий от жизнения цикъл на компанията за оцеляването и просперитета ѝ трябва да се реализират различни стратегии. В *Таблица 1* са отбелязани етапите на жизнения цикъл, в които може да се реализира стратегията от всеки вид и ресурсите, които приоритетно са необходими за реализацията на стратегията.

Разпределението на необходимостта от вътрешни ресурси, нужни за реализацията на базови стратегии, показва вида функционална стратегия, която трябва да се реализира в рамките на базовата стратегия за формиране на оптимален стратегически портфейл.

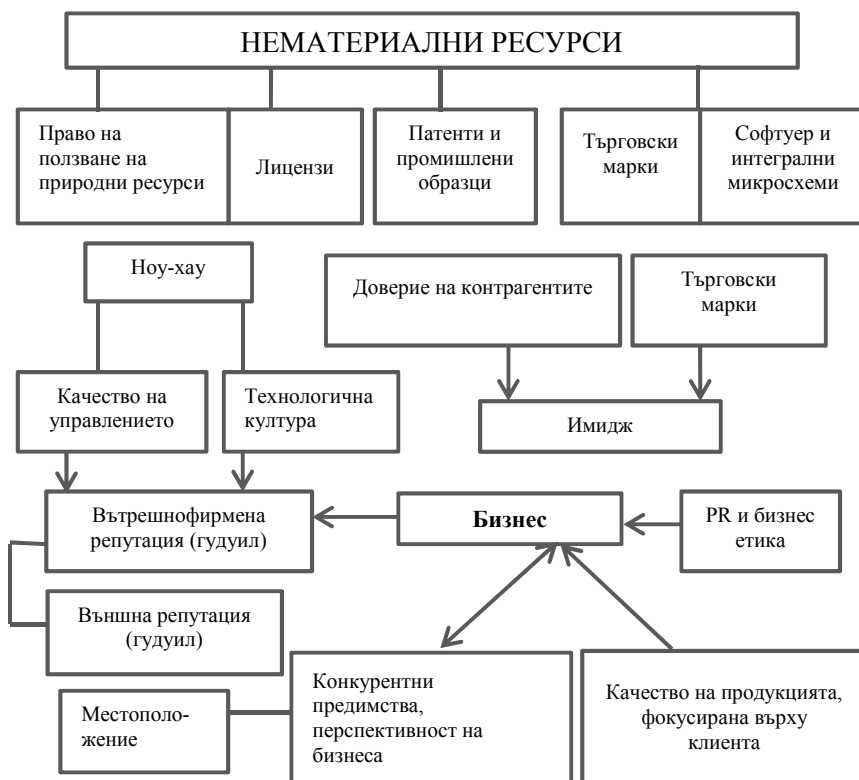
За успешното изпълнение на стратегията за растеж организациите трябва да изработят и реализират стратегии в такива функционални области като финанси, кадри, управление; а за изпълнението на стратегия за намаляване, вниманието трябва да е насочено към кадрите, управлението, реализация на човешкия потенциал, информационно-комуникативните връзки.

Нематериалните ресурси на предприятието се състоят от бизнес репутацията, притежаваните патенти, лицензи, авторски права, ноу-хау и др. (фиг. 1).

Бизнес репутацията на предприятието има два аспекта: качествен и количествен. Последният е наречен от някои учени икономисти с понятието „гудуил“, взет от английски (*goodwill*), което буквално означава „добра воля, репутация“. Най-важните компоненти на това понятие в случая са: *перспективност на бизнеса, почтеност, известност, имидж на компанията.*

Таблица 1. Изпълнение на стратегиите на компанията: доминантни ресурси, съотнесени към етап от жизнения цикъл и приоритетната стратегия

| Тип стратегия от група/етап от жизнения цикъл | Ресурси за изпълнение на стратегията | |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Ресурсен потенциал | Репутационен потенциал |
| СТРАТЕГИИ НА КОНЦЕНТРИРАН РАСТЕЖ | | |
| Стратегия на засилване на пазарните позиции/раждане и детство | финансови, кадрови, технически, материални | информационни, пространствени, протекционистки, човешки, технологични, управленски, времеви |
| Стратегия на развитие на пазара/младост, ранна зрялост, възраждане | финансови, кадрови, технически, материални | технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| Стратегия на развитие на продукта/ младост, ранна зрялост, възраждане | технически, кадрови, материални, финансови | технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| СТРАТЕГИИ НА ИНТЕГРИРАН РАСТЕЖ | | |
| Стратегия на обратната вертикална интеграция/ междинна зрялост | финансови, кадрови, технически, материални | управленски, технологични, протекционистки, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| Стратегия на вертикална интеграция „напред“ | финансови, технически, кадрови, материални | управленски, технологични, протекционистки, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| СТРАТЕГИИ НА ДИВЕРСИФИЦИРАНИЯ РАСТЕЖ | | |
| Стратегия на центрираната диверсификация/ окончателна зрялост и остаряване | технически, кадрови, финансови, материални | технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| Стратегия на хоризонталната диверсификация/ окончателна зрялост и остаряване | технически, кадрови, финансови, материални | технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| СТРАТЕГИИ НА СЪКРЪЩАВАНЕ | | |
| Стратегия на ликвидация/ окончателна зрялост и остаряване | технически, кадрови, финансови, материални | технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| Стратегия на реколтата „жътва“/младост, окончателна зрялост и остаряване | технически, кадрови, финансови, материални | технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |
| | технически, кадрови, финансови, материални | технологични, протекционистки, управленски, времеви, информационни, човешки, имиджови, пространствени |



Фиг. 1. Нематериални ресурси, бизнес репутация (гудуил) и имидж на марката

Основна причина за нарастващото внимание към нематериалните ресурси като фактор за обезпечаване на функционирането и развитието на предприятието се корени в постъпателното развитие на обществото и процесите на глобализация, протичащи във всички негови сфери, а също и в определящата роля на информацията. Това схематично е представено на фигура 2.

Руският учен Д. В. Иванов прави обоснован извод, че съвременната информационна икономика е насочена към „виртуализация на стойностите“, тя все повече и повече оперира с образи. По отношение на образа на компанията се отбелязва, че „образът притежава собствена и самодостатъчна стойност. Като специфична стока той се хвърля на фондовия пазар“. Идеята, че на фондовия пазар се превъртат именно образи, потвърждава степента на капитализация (съотношението на стойността на акциите и дохода от тях) на водещите корпорации (Иванов, 2000).



Фиг. 2. Причини за вниманието към нематериалните ресурси на предприятието като фактор за устойчивото му функциониране и развитие

Това насърчава компаниите, ориентирани към бъдещето, да избират за свой ориентир не печалбата, а акционерната стойност на тяхната фирма, най-важен източник за създаване на която в новата икономика са нематериалните активи и на първо място е бизнес репутацията ѝ.

За представителите на реалния бизнес, бизнес репутацията е предмет на икономически анализ не като цел, а като резултат от последователната дейност на компанията. Доскоро репутацията се смяташе само за обществена оценка, но не и ефективен инструмент за икономически анализ и показател за икономическа ефективност. Покорно тя се смяташе за фактор на публичност и имидж, формиращи се в общественото мнение – целенасочено или спонтанно. Съвременният репутационен мениджмънт се откъсва от тази аксиома, тъй като основна цел на бизнеса е създаване на акционерна стойност. В съвременния бизнес формулата за успех може да се представи като стойността на компанията (стойност на материалните ѝ активи) плюс/или минус стойността на нейния имидж или репутация.

Според Е. А. Яковлева „основна грешка на мениджърите днес е отношението към създаването на акционерна стойност като към резултат от общите усилия на компанията, а не като към цел на стратегическото планиране. Създава се представа, че създаването на стойност е следствие на благоприятна ситуация на пазара или на съществуващи отношения с инвеститорите и не е вързано с иновационния жизнен цикъл на предприятието, с нуждата от смяна на технологиите и произведената продукция под въздействие на външната среда“ (Яковлева, 2010).

Могат да се направят два извода. Първо – комплексното управление на устойчивото развитие на предприятието се опира на три

елемента: конкурентно ориентиране, стратегическо поведение и съвкупния потенциал на предприятието. Съвкупният потенциал може да се определи като сбор от ресурсния и репутационния потенциал. Тяхната взаимовръзка осигурява най-важния синергичен ефект, който дава допълнително нарастване на потенциала (по наше разбиране адаптационен потенциал). На фигура 3 са представени елементите на структурата на съвкупния потенциал на предприятието.



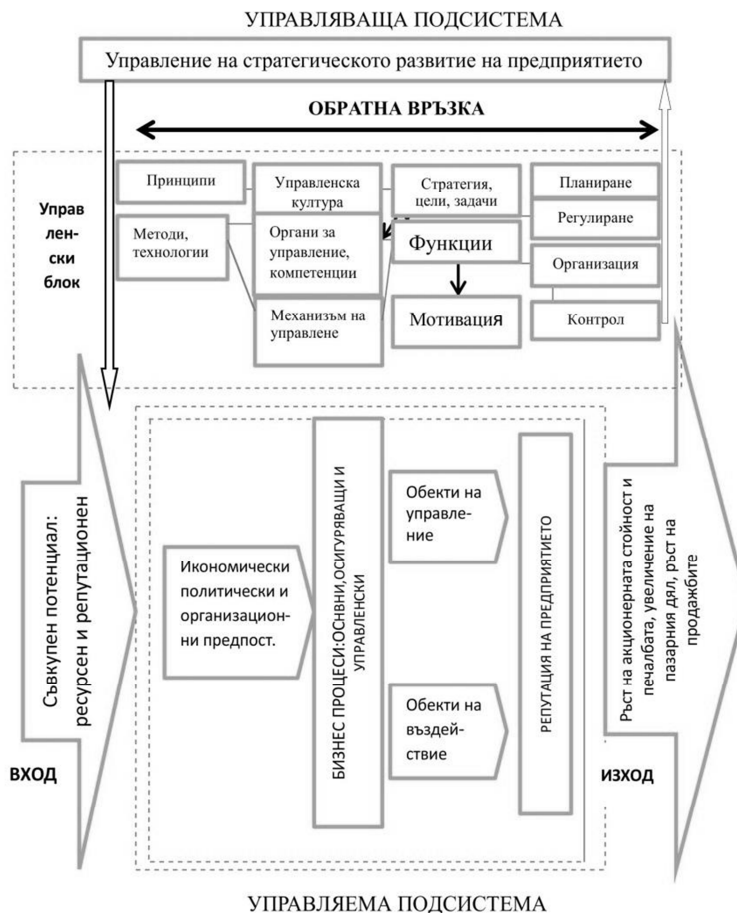
Фиг. 3. Структура на съвкупния потенциал на предприятието

Второ – под осигуряване на устойчиво развитие на предприятието може да се разбира непрекъснатият процес на привеждане на икономическата система на предприятието в съответствие с изискванията на пазара, изразяващи се в конкурентоспособност на основата на повишаване на репутационния потенциал.

Под репутационен потенциал се разбира съвкупността от характерни особености на компанията, формирани по време на пребиваването ѝ на пазара. Акцентът върху думата „потенциал“ сочи към техния пасивен характер. Репутационен потенциал има във всяко предприятие, но може би е неизвестен на пазара, не е познат на целевите групи потребители, поради недостатъчното ниво на управление на репутацията. Това значи, че под репутационен потенциал трябва да се разбира съвкупността от фактори от нематериален характер, включващи взаимоотношенията между

организациите и бизнес партньорите, организациите и потребителите и между организациите и обществото.

Типологията на системата на управление на предприятието е показана на фигура 4.



Фиг. 4. Система на управление на съвременното предприятие

В този контекст трябва да отбележим, че принципната схема на ефективното управление е стилизиран и лесно разпознаваем типологичен образ, опростено за визуално възприемане графическо изображение на връзките между по-рано обозначени елементи на системата на управление, отразяващи конструктивната насоченост на бизнес процесите в предприятието.

„Входът“ на фигура 4 систематизира структурата на показателите, определящи системата на управление: съвкупния потенциал на организацията (ресурсен и репутационен).

В модела е показано, че на системата на управление на предприятието оказват влияние различни икономически, политически и организационни външни фактори, в това число променящата се икономическа ситуация.

В модела, наред с традиционните организационно-структурни конструкции на управленските единици, са представени малко отчитаните днес съставляващи: управленска култура и компетентност. Моделът отразява обектите на управление (бизнес процеси), а също и непосредствената цел – устойчивото развитие на предприятието.

„Вход“ – тук се осъществява оценка по критерии за ефективността на управленските решения за системата на управление на организацията (ниво на балансираното развитие).

Така, ако системата на управление е ефективна, в процеса на преобразуване се генерира добавена стойност на входовете. Това означава, че на изхода системата ще покаже ръст на акционерната стойност и печалбата, ръст на обемите на продажба, увеличаване на пазарния дял и т.н.

Взаимовръзката на системата на управление на предприятието с репутацията на пазара се изразява в следното. Репутационният потенциал трябва да се разглежда като единен механизъм за увеличение на печалбата, тъй като представлява реалния актив на компанията, разглеждан като фактор на стойността, при което активът е по-устойчив от всички материални активи. Основата на репутационния потенциал като фактор на стойността са дългосрочните цели на компанията, което се определя от ред причини.

Първо, високата репутация на организацията осигурява ефекта на придобиване на пазарна сила, в смисъл че води до понижаване на чувствителността към цената. Второ, високата репутация намалява взаимозаменяемостта на стоките, а това значи, че защитава от атаките на конкурентите. И трето, добрата бизнес репутация облекчава достъпа на фирмата до други ресурси: финансови, информационни, човешки и др.

Много мениджъри си задават въпроса дали наистина съществуват неопровержими доказателства за пряка връзка между репутационния потенциал и устойчивото развитие на предприятието.

Най-значимите изследвания в областта на корпоративната репутация са поместени в списанието *Fortune*. От началото на 1984 г.

списанието публикува резултати от конкурса, провеждащ се между 500 компании. Всяка година мениджъри и корпоративни анализатори оценяват компаниите в своя сектор на икономиката по осем параметъра: качество на мениджмънта; качество на продукта; привличане и задържане на квалифицираните кадри; финансова мощ; ефективно използване на активите; инвестиционна привлекателност, използване на нови технологии; социална отговорност и опазване на околната среда (*World of Scientific Discoveries*, 2002). Трябва да се съгласим с твърдението, че положителната репутация не гарантира устойчива свръхпечалба (Горин, 2011).

Няма единодушно мнение за определящото значение на репутацията за постигане на устойчиво развитие на предприятието. Но не се поставя под съмнение, че управлението на бизнес репутацията е ценен стратегически инструмент за конкурентна борба и фактор за устойчиво развитие на предприятието.



Фиг. 5. Нива на формиране на иновациите

Изследванията показват, че компаниите, имащи репутация над средната:

а) се характеризират с по-висока способност за постигане на стратегически цели и запазване на съотношението печалби и активи със стойности над средните (*Fortune*);

б) показват тенденция към повишаване на ръста на производителността („намаляване на разходите за единица продукция“, Stigler, 1962).

Не е маловажно да се отбележи, че репутацията на компанията иноватор играе решаваща роля в развитието на иновациите. От една страна, всяко нововъведение изисква репутация, поддържаща развитието му на всички етапи от жизнения цикъл, а от друга –

„базисната опора“ на такова скъпо и сложно начинание като иновацията е доверието. С времето това доверие се превръща в репутация (Luoma-aho, 2007). На фигура 5 са показани нивата на формиране на иновациите: микрониво; репутация на отрасъла (мезониво); репутация на компанията иноватор (микрониво); иновация.

Когато заинтересованите страни за първи път чуят за иновации, те формират основните си впечатления, които заедно с наличната информация образуват базовото ниво на доверие към компанията. На базата на допълнителна информация и опит – индиректни или преки, доверието постепенно се превръща в репутация. Новосформираната репутация от своя страна влияе върху бъдещето доверие. Тази логика е изобразена на фигура 6.

| МИНАЛО | НАСТОЯЩЕ | БЪДЕЩЕ |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Първи впечатления на заинтересованите страни от иновации | Оценка на заинтересованите страни Комбинация от минало и настояще | Очаквания на заинтересованите страни |
| Репутация | | Доверие |

Фиг. 6. Стадии на формиране на доверието към иновациите

В много големи предприятия бюджетът за маркетингови изследвания и *PRI (public relations' instruments)* често многократно надвишават бюджета за развитие на иновациите, тъй като превръщането на иновациите в репутация на компанията (и обратно) става все по-приоритетно. В развитите страни това е основен тренд. Създаването на подобен цикъл е в зоната на пресичане на няколко целеви области: лидерство в отрасъла при търсенето на идеи и иновации за благото на обществото; създаване на социален капитал; готовност за диалог.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В съвременния свят представата за икономическото развитие неизменно се свързва с разбирането, че то трябва да бъде устойчиво. Този извод се наложи особено след последната глобална икономическа криза, която разкри редица слабости на моделите, следвани повсеместно до започването ѝ. От своя страна, устойчивостта на икономическото развитие може да се осигури единствено ако се подкрепя създаването и прилагането в практиката на иновации в най-различни форми – от технологични до управленски.

Динамиката на съвременния бизнес цикъл изисква висока степен на гъвкавост и адаптивност от отделните икономически субекти, включително и при внедряването на иновациите, за да може те да успяват в бързо променящата се среда. Методите на комплексното управление предлагат мениджърски решения именно на този проблем. Точно посредством прилагането на тези методи ще се осигури формирането на доверие в иновационния потенциал на отделните бизнес единици.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Иновациите – фактор за устойчиво развитие“, изпълняван в периода 2015 – 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. In the World of Scientific Discoveries – 2002-№6 (30)
2. Luoma-aho V. Reputation Formation of Innovations, 28 April – 2007
3. Peytszin С. Изследвания на създаването на културата на иновационните предприятия – Изследвания и търсения, 2006. No 6. с. 22–25
4. Schumpeter, J. A., 1934 (2008), The Theory of Economic Development, p. 400
5. Stigler G.J. Information in the Labor Market//Journal of Political Economy - 1962
6. Блехцин, И. Я. Стратегии за устойчиво развитие на регионалните системи – Изд. ИРЕ РАН, 2001, с.33
7. Горин, С. В. Осигуряване на устойчиво функциониране на промишлените предприятия на базата на бизнесрепутацията, Автореферат – 2011, с. 15–21.
8. Гутщайн, А. И. Кибернетиката в икономическото регулиране на производството. Икономика, 1972, с. 23
9. Добрева, Ю. Устойчиво развитие на икономиката. Проблеми и перспективи. Изд. „Св. Григорий Богослов“, София, 2016, с. 24.
10. Иванов, Д. В. Виртуализация на обществото, сп. Петербургско изтокознание, 2000 г.-с. 50.
11. Колосов, В. Г. Въведени в иноватиката, СПб – 2002, с. 15.
12. Комплексен икономически анализ на стопанската дейност, учебно пособие с авторски колектив Алексиева, Василев, Малеева, Ушвицки, 2007 – с. 566–567.

13. Ченцова, М. В. Концепция на икономиката за знанието като нова насока за формиране на съвременната икономическа парадигма, в. на Финансовата академия – 2008, № 2, с. 120.
14. Чепурних, Н. В. Новоселов А. Л. Икономика и екология: развитие, катастрофи. Наука, 1996.
15. Яковлева, Е. Я. Управление на стойността на промишленото предприятие в условията на иновационно развитие, автореферат, 2009, с. 23.

**Научен колектив с ръководител
проф. д-р Огняна Стоичкова**

**ФИНАНСИРАНЕ НА ДЕЙНОСТИТЕ В
ТУРИЗМА**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Проф. д-р
Огняна
Стоичкова



Доц. д-р
Георги
Георгиев



Доц. д-р Бисер
Кръстев



Доц. д-р
Виржиния
Желязкова



Доц. д-р Яким
Китанов



Ас. Николина
Марева

Проф. д-р Огняна Кирилова Стоичкова е завършила Санкт Петербургския държавен университет по икономика по специалност „Финанси и кредит“. Научно-преподавателската ѝ кариера започва в Стопанска академия „Д. А. Ценов“, гр. Свищов, след защита на дисертационен труд „Ролята на кредитно-разплащателния механизъм в икономиката на България“ под научното ръководство на проф. д-р Делчо Порязов. Във ВУАРР е преподавател от 2005 година. Титуляр е на дисциплините Икономикс, Теория на парите и кредита, Държавно регулиране на икономиката, Международна икономика.

Доц. д-р Георги Георгиев работи във ВУАРР от 2011 г. Научните му интереси са в областта на финансовия и банковия риск мениджмънт, а също и управлението на инвестиционни портфейли.

Доц. д-р Бисер Кръстев е преподавател във ВУАРР от 2011 г. Работи по проблемите на банковия мениджмънт, финансовото посредничество, оценка на бизнеса.

Доц. д-р Виржиния Желязкова е зам.-ректор във Висшето училище по застраховане и финанси. Научните ѝ интереси са в областта на кръговата икономика, екологичния риск и банковия мениджмънт.

Доц. д-р Яким Китанов е декан на академичната програма във ВУЗФ, София. Работи по проблемите на финансирането на екологичната политика на държавата, инвестиционния и иновационния мениджмънт.

Ас. Николина Марева е преподавател на основен трудов договор във ВУАРР. Работи по проблемите на социалното осигуряване и фондовете за допълнително пенсионно осигуряване, инвестиционния риск мениджмънт.

FINANCING ACTIVITIES IN TOURISM

Abstract

The research is dedicated to the little explored area, in particular the possible financing models for the development of the tourism in Bulgaria. The study focuses on enterprises concerned in tourism industry and related activities.

An overview of the situation of tourism in Bulgaria is made. Special accent is placed on providing opportunities for greater competitiveness of the industry. In addition to traditional factors that are favorable for development of tourism and for increase of its share in GDP attention is paid to different levels of education of personnel for tourism industry - secondary, vocational and higher education.

Besides the traditional forms of funding as state budget and bank loans, special attention is paid to EU funds and programs, as well as foreign sources of capital, governmental and non-governmental sources of funding for tourism activities.

Keywords: financing, tourism, competitiveness, bank loans, EU funds.

ФИНАНСИРАНЕ НА ДЕЙНОСТИТЕ В ТУРИЗМА

Научен колектив:

Ръководител: проф. д-р Огняна Стоичкова

Състав:

доц. д-р Георги Георгиев

доц. д-р Бисер Кръстев

доц. д-р Виржиния Желязкова (привлечен член от ВУЗФ)

доц. д-р Яким Китанов (привлечен член от ВУЗФ)

ас. Николина Марева

Резюме

Научноизследователският проект е посветен на малко изследвана област – особеностите на финансирането на туризма в България. Изследването е насочено към фирмите, занимаващи се с туризъм и свързаните с него дейности.

Направен е общ преглед на състоянието на туризма в България. Специален акцент е поставен върху възможностите за осигуряване на по-голяма конкурентоспособност на отрасъла. Освен традиционните фактори, които благоприятстват развитието на туризма и неговия дал в БВП на страната, внимание е отделено на различните равнища на образование на кадри за туризма – средното, професионалното и висшето образование.

Освен традиционните форми на финансиране като средства от бюджета и банковия кредит, специално внимание е отделено на средствата от европейските фондове и програми, а така също от различни чуждестранни фондации, правителствени и неправителствени източници на средства за финансиране на дейностите в туризма.

Ключови думи: финансиране, туризъм, конкурентоспособност, банкови заеми, европейски фондове

ТУРИЗМЪТ В ГЛОБАЛНОТО РАЗДЕЛЕНИЕ НА ТРУДА

Туризмът в глобалната икономика

Общественото разделение на труда се проявява в две основни форми – **отраслова/секторна** (производствена) и **териториална/пространствена** (географска), между които съществуват устойчиви пространствено-времеви връзки и взаимни зависимости. Стопанските **отрасли** обединяват сходни производствени или обслужващи **дейности**. Те се групират в три основни стопански сектора:

– **първичният (базов/добивен) сектор** включва производствени дейности, пряко свързани с природата – земеделие, горско стопанство, добив на горива, рудни и нерудни полезни изкопаеми, риболов, добив на сол и др.

– **вторичният (преработващ/промишлен/индустриален) сектор** включва производства, при които се преработват предимно изделия от първичния сектор – металургична, химическа, дървообработваща, текстилна, хранителна и др. дейности.

– **третичният (обслужващ) сектор** на стопанството се отнася за дейности, които нямат конкретен веществен израз, а представляват определен вид услуга – транспорт, търговия, съобщения, валутно-финансови операции, комунално-битово обслужване, образование, здравеопазване и др.

През последните десетилетия все повече се налага разграничаването на **четвъртичен** и **петичен** стопански сектори, които обхващат специфични елитарни дейности от технологичното, управленското, научното и информационното обслужване на обществото или са свързани с интелектуалното развитие на човека – наука, образование, здравеопазване.

Туризмът е **специфичен обществен феномен**, чиито условия за развитие, стимулиращи/ограничаващи фактори и резултативни влияния се простират върху **всички стопански сектори**, като засягат пряко или косвено по-голямата част от техните стопански отрасли. Често като алтернативни на понятието „туризъм“ се използват понятията **туристически сектор** и **туристическа индустрия**. Чрез тях се акцентира върху неговото **стратегическо значение** и **комплексна стопанска същност** – материално-технически условия; инфраструктурно строителство; изграждане на организационна структура; маркетинг и мениджмънт; туроператорска дейност, производство и снабдяване с храни, напитки, материали, енергия,

информация; транспортни услуги; комунално-битово осигуряване; здравеопазване; подготовка на кадри; разнообразна логистична подкрепа и др.

Туристическата активност е пряко обвързана с политически условия, държавно управление, регионална политика, устройство на територията, местно самоуправление. развитието на съвременния туризъм се реализира чрез сложно взаимодействие между вертикално и хоризонтално взаимодействащи си стопански сектори и отрасли, чрез които се постигат значими финансово-икономически, социални и екологични цели.

Макроикономическото окрупняване (обединяване, агрегиране, интегриране) на дейности под общия знаменател (общия признак) на свободното време (отдиха, рекреацията) е подход, целящ балансиране и оптимизиране на стопанството чрез извеждане на туризма като стратегически приоритет и механизъм за устойчиво обществено развитие.

Особено тесни са правите и обратни връзки между туризма, от една страна, и форми на стопанска и обществена организация като демографски миграционни движения, транспортни или търговско-икономически отношения, бизнес комуникация, делова или спортна активност, културно общуване, научни изследвания, природозащитно дело, от друга.

Комплексното (междусекторното) проявление на туризма се отличава и с конкретна географска проекция от гледна точка на пространствената форма на обществено разделение на труда. Географското туристическо разделение на труда е специфична форма на глобалното и регионалното разделение на труда. В глобален мащаб географията на туризма е пряко свързана с международния туризъм и с по-широките понятия – международни отношения и международни икономически отношения*.

От гледна точка на интересите на отделните национални стопанства пространствените проявления на туризма дават възможност да се формулират две основни разновидности на туризма – вътрешен и международен. Вътрешният се отнася за туристическа активност в

* **Международните икономически отношения** включват търговски и финансови операции, туризъм, транспортни и комуникационни услуги, обмен на работна сила, научно-техническо сътрудничество, икономическо корпорирание на транснационално ниво и др. В по-широк смисъл отчитането както на икономически, така и на социални, културни, екологични и политически аспекти от взаимодействието на страни, народи и междудържавни организации налага използването на обобщаващото понятие **международни отношения**.

границите на определена държава, а международният – когато туристите от една държава посещават обекти в други държави.

Международният туризъм може да предизвика два противоположни социално-икономически ефекта за дадена държава, което служи като основен критерий за условно разграничаване на две основни негови разновидности – активен и пасивен.

Активният международен туризъм се проявява като посещения, осъществявани от чужди граждани на територията на определена държава, което влияе положително върху нейната социално-икономическа активност и увеличава активите в платежния ѝ баланс.

Пасивният международен туризъм се проявява като посещения, осъществявани от граждани на определена държава на територията на други държави, което увеличава пасивите в платежния ѝ баланс.

Таблица 1. Туристическа привлекателност на избрани страни

| Страна | Оценка (макс. 6 бала) | Място в рейтинга |
|-----------|--------------------------|------------------|
| Швейцария | 5,68 | 1 |
| Австрия | 5,46 | 2 |
| Франция | 5,43 | 3 |
| Германия | 5,41 | 4 |
| Канада | 5,32 | 5 |
| Испания | 5,29 | 6 |
| САЩ | 5,28 | 7 |
| Сингапур | 5,24 | 8 |
| Италия | 4,78 | 28 |
| Унгария | 4,45 | 38 |
| БЪЛГАРИЯ | 4,3 | 50 |
| Турция | 4,2 | 56 |
| Полша | 4,18 | 58 |
| Русия | 4,14 | 59 |
| Румъния | 4,04 | 66 |
| Украйна | 3,84 | 77 |

Съвременният международен туризъм играе все по-голяма роля за световното стопанство и международните икономически отношения. Неговата комплексна стопанска същност и разнообразната мотивация на туристите са причина за динамично увеличаване на трансграничните пътувания. Годишно над 1 млрд. туристи пресичат държавните граници, което е еквивалент на около 15% от населението на планетата. Годишните преки приходи от международния туризъм са около 1 трлн. долара. Допълнително международният туризъм

генерира още около 3 трлн. долара непреки приходи (международен пътнически транспорт, търговски оборот, банкови операции и др. **Общият финансов ефект** от международния туризъм се изчислява еквивалентно на около **5 – 7 % от световния брутен продукт**.

Съвременната география на международния туризъм в света се отличава със значителна концентрация на посещенията в определени дестинации (Табл. 1). Само в десет дестинации се формират около 44% от броя на всички чуждестранни туристически посещения в света (Табл. 3). Тази особеност е следствие от неравномерното разпределение на туристическите ресурси, различната степен на социално-икономическо развитие на отделните страни, ефективността на туристическата им политика и др.

Международният туризъм достига ръст от +4% през 2012 г., като за пръв път в своята история надхвърля рекордните 1 млрд. туристи. Азия и Тихоокеанският регион бележат най-голям растеж на международни туристи (+7%). Въпреки икономическите предизвикателства, ръстът на международните туристи в световен мащаб през 2013 г. продължи с малко по-слабо темпо (от +3 до +4%) в съответствие с дългосрочната перспектива *Tourism Toward 2030*, която в периода 2010 и 2020 г. прогнозира среден годишен ръст от +3,8%¹.

Докато Азия и Тихоокеанският регион бележат най-голям растеж, в регионален план Югоизточна Азия и Северна Африка отбелязват най-голям ръст на международни туристи (общо +9%), следвани от Централна и Източна Европа (+8%).

Сред 10-те топдестинации значителен ръст на приходите през 2012 г. бележат САЩ (+9,2%), Хонконг (+16%), Китай, като спад бележат Испания (-6,6%) и Италия (-4,2%).

В Европа най-голям ръст на международни туристи през 2012 г. отбелязват Централна и Източна Европа (+8%). Множество дестинации, включително някои по-големи страни, отбелязват силен растеж, особено Русия (+13%) и Полша (+11%), както и някои по-малки бързоразвиващи се страни като Грузия (+56%).

През 2012 г. Западна Европа бележи ръст на международни туристи от +3%, като най-добри резултати отбелязват Германия (+7%) и Австрия (+5%). Северна Европа бележи скромнен ръст от +0,4%, което е резултат от отрицателните темпове на Норвегия и Швеция и

¹ Секторен анализ на сектор „Туризъм“. Проект „Разработване и внедряване на информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони“, 2012, с. 1 Проект на Българската стопанска камара с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ 2007 – 2013, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз, по договор № BG051PO001-2.1.06.

нулевия растеж на Великобритания и Ирландия. Европейските дестинации в Южния Средиземноморски регион консолидират постигнатите през 2011 г. резултати, като през 2012 г. възвръщат своите нормални нива на растеж. Ръст на международните туристи се наблюдава при по-големите дестинации като Хърватия (+4%), Португалия (+4%), Испания (+3%) и Турция (+1%) за разлика от Италия, която не бележи ръст, и Гърция, където е отбелязан спад (-6%).

Все по-голяма роля за развитие на международния туризъм играят **транснационалните корпорации** в сферата на банковото и застрахователното дело, транспортът, търговията, инвестициите, хотелиерството, ресторантьорството. Като типичен пример могат да се посочат големите хотелиерски вериги (Табл. 2).

Таблица 2. Най-големи хотелиерски вериги в света

| ХОТЕЛИЕРСКА ВЕРИГА | БРОЙ ХОТЕЛИ | БРОЙ СТАИ |
|---------------------------|-------------|-----------|
| IHG | 4440 | 647 000 |
| HILTON WORLDWIDE | 3690 | 606 000 |
| WYNDHAM WORLDWIDE | 7150 | 606 000 |
| MARRIOTT INTERNATIONAL | 3450 | 602 000 |
| ACCOR | 4230 | 507 000 |
| CHOICE HOTELS | 6140 | 495 000 |
| STARWOOD HOTELS & RESORTS | 1040 | 309 000 |
| BEST WESTERN | 4020 | 307 000 |
| CARLSON HOSPITALITY | 1080 | 165 000 |
| HYATT HOTEL CORPORATION | 420 | 121 000 |

Международното туристическо разделение на труда е в пряка зависимост от **степената на туристическа специализация на отделните страни и техните туристически райони**, като предопределя пространствената структура на световния туристически пазар (**регионалната география на туризма**).

Регулирането на туристическите отношения между туристически страни, фирми и клиенти се извършва от редица **международни организации**. Техният брой в света е около 200 000. По-важни сред тях са Световната туристическа организация, Световната организация на туристическите агенции, Международната организация на парковете за отдих и развлечения, Международната организация за въздушен транспорт, Европейската туристическа комисия.

Ресурси за развитие на туризма в България

Туристическите ресурси включват обекти и явления, които са цел на туристическото пътуване, като чрез използване на техния възстановителен и познавателен ефект се осъществява задоволяване на туристическите потребности. В зависимост от техния произход и закономерностите, които определят развитието им, туристическите ресурси се разделят на **природни** и **антропогенни**.

Природната среда включва компонентите релеф, климат, води, растителност, животински свят и почви. **Към туристическите ресурси се отнасят** само онези техни елементи и особености, които притежават **туристическа привлекателност**.

Черноморското крайбрежие на България е дълго 378 км и разполага с около 70 плажни ивици. Общата площ на плажните ивици се изчислява на 9 млн. м², а заедно с дюните – 16 млн. м². Това позволява едновременното пребиваване на 0,8 – 1,0 млн. души. Продължителността на периода с температура над 18°C е 100 – 110 дни по Северното до 120 дни по Южното Черноморие. Продължителността на периода с температура на водата над 18°C е 130 – 140 дни. Черно море е със сравнително ниска соленост – 18‰, което прави водата приятна за къпане, колебанията на морското ниво са незначителни, отсъстват опасни представители на морската флора и фауна. Така активният сезон може да продължава 4 – 4,5, а в някои участъци – над 5 месеца.

Планините в България заемат 28% от площта на страната. В Пирин, Рила, Западните Родопи и Витоша териториите с надморска височина над 1000 м заемат от 60 до 70 %, а средната им надморска височина надхвърля 1100 м. Алпийският пояс (над 2200 м) в Рила и Пирин заема съответно 24% и 13%. В планините съществуват благоприятни условия за развитие на пешеходния туризъм и алпинизма. Терените за ски предлагат значителни денивелации и разнообразна конфигурация. В планините се намират голям брой природни забележителности. Климатът се характеризира с умерено прохладно лято и умерено студена зима, продължително слънчево греене, по-високо количество на валежите и продължително задържане на снежната покривка. Климатичните условия определят възможността за двусезонна експлоатация. Оценките на туристическия потенциал на планините показват, че 300 дни в годината са благоприятни за климатолечение и профилактика, за пешеходен туризъм – 280 дни, алпинизъм и природно-познавателен туризъм – 300 дни, ски спортове – 150 – 180 дни, водни спортове – 130 – 150 дни, къпане – между 60 и

120 дни. Възможностите за ски спортове са в пряка зависимост от продължителността на задържане на снежната покривка. Тя се задържа над 120 дни в Рила, Пирин, Западните Родопи, Витоша и някои части на Централна Стара планина. Във високопланинския пояс снегозадържането е до 150 – 180 дни, а в алпийския – до 250 дни. Водното богатство е значително. Специално внимание заслужават минералните води, концентрирани в подножията и нископланинския пояс на Средна гора, Западните Родопи, Рила, Пирин, Витоша, Стара планина, а също езерата и язовирите. От 50 до 70% от територията на планините е заета от широколистни и иглолистни гори. В планините са разположени по-голямата част от националните паркове, които са главен обект на екотуризма.

Антропогенните ресурси са съсредоточени предимно в населени места. С най-голямо значение са културно-историческите паметници:

– **историко-археологически** обекти – праисторически находки; обекти от тракийската епоха, гръцкия и римския период, Първа и Втора българска държава, средновековни центрове;

– **архитектурни обекти** – свързани са главно с Възраждането. Характерно е формирането на цели ансамбли в по-големите градове, както и наличието на цели селища със запазен архитектурен облик;

– **култови сгради** – манастири, църкви, джамии;

– **мемориални комплекси, паметници и исторически места** – най-голямо значение имат свързаните с националноосвободителното движение и Руско-турската освободителна война.

Към антропогенните ресурси се отнасят и различни периодични и епизодични прояви – **конгреси, панаири, събори, тържества, походи** с възпоменателна цел и др.

Вътрешен и международен туризъм в България

Възникването на туризма у нас е свързано с Иван Вазов и Алеко Константинов. През 1890 г. Алеко Константинов основава „Урвич клуб“ като туристически кръжок, а през 1895 г. организира изкачване на Черни връх, с което се поставя началото на организираното туристическо движение. За начало на международния туризъм се приема 1926 г., когато във Варна пребивават 1100 чуждестранни туристи. Основите на стопанския туризъм се поставят през 1948 г. Тогава се създава държавното предприятие „Балкантурист“. През 50-те години започва изграждането на големите ни морски курорти. През периода 1975 – 1990 година влизат в експлоатация представителните

ни хотели във вътрешността на страната – в големите градове и в планинските ни курорти, както и ваканционните селища „Дюни“ и „Елените“. След 1990 г. в условията на преход на страната към пазарна икономика се създават голям брой частни туристически фирми както в големите градове, така и в по-малки туристически селища – Банско, Сандански, Приморско, Созопол, Несебър, Св. Влас и др.

Активен международен туризъм. Годишно България се посещава от около 8 млн. чужденци. Най-много са туристите от Румъния, Турция, Гърция, Германия, Великобритания, Сърбия, Русия, Македония, Полша, Нидерландия, Франция, Словакия, Чехия, Австрия, Унгария, Украйна, Израел, Швеция. От тях идват около 85% от всички чужденци, посетили страната. Само съседните държави участват с около ½. Голяма част от тях обаче преминават през страната транзитно. Общият транзитен поток формира 33% от всички посещения. Пристигналите с цел екскурзия и почивка са 55%.

Според прогнозите на организацията в периода 2013 – 2022 г. туристическият сектор в България ще отбележи малък ръст на приходите от туризъм – 2,6%, но същевременно броят на работещите в отрасъла ще намалее с 2,2%.

При проучването, което се провежда веднъж на две години, се отчитат 14 показателя, свързани с равнището на развитие на туристическия сектор. Сред тях са законодателна уредба, безопасност, приоритетност на туристическия отрасъл, транспортна инфраструктура, туристическа инфраструктура, ценова конкурентоспособност, бизнес климат, човешки, културни и природни ресурси.

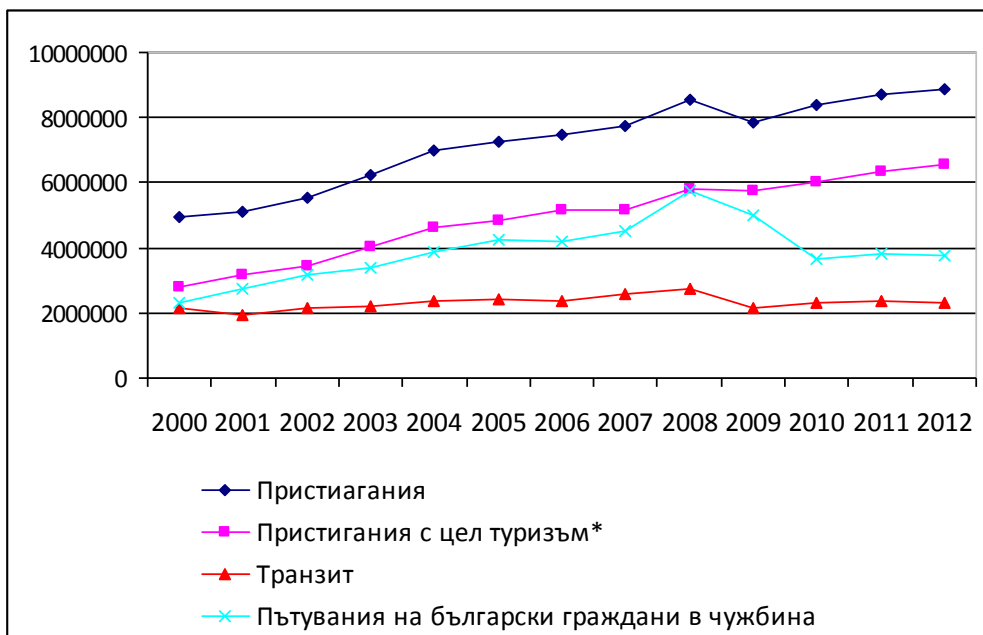
Данните от Доклада на Световния икономически форум за 2013 г. показват още, че туризмът през 2012 г. в България представлява 12,4²% от БВП на страната, като прогнозите за ръст в периода 2012-2022 г. са средно за 2,5%.

Заетостта (на 1000 работни места) в абсолютни стойности е 347 или 11,3% от общия брой заети в страната, като прогнозите за 2012-2022 г. са за отрицателен ръст.

През изминалата 2012 г. ръстът на чуждестранните туристи, посетили България, е 3,4%, което е и средното за Европа. Общият брой на туристите е 6,541 млн., като увеличение се регистрира при посещенията с цел бизнес (+7,1%) и посещенията с цел гостуване на близки, приятели и роднини (+8,4%). Най-нисък ръст бележат

² Налице са значително разминаване спрямо данните на НСИ главно поради използваната методика на изчисляване.

посещенията с цел почивка и ваканция (+3,1%). Прегледът на пристиганията на чуждестранните туристи в периода 2000 – 2012 година показва сравнително стабилна тенденция на растеж. От Фиг. 7 е видно, че пристиганията с цел туризъм изпреварват пътуванията на българските граждани, с изключение на 2008 година, когато стойностите се изравняват. От 2009 г. вследствие на икономическата и финансова криза пътуванията на българите рязко спадат, а последните три години се задържат на нивото от 2004 г.³.



Фиг. 1. Пристигагания на чуждестранни туристи в България и пътувания на българи зад граница (2000 – 2012)

Източник: Проект на БСК Секторен анализ на сектор „Туризъм“, 2012 г., с. 27

Годишно у нас се реализират около 12,0 млн. нощувки от чужденци. Около 85% от тях са от туристи на Германия, Великобритания, Русия, Румъния, Швеция, Дания, Норвегия, Франция, Израел, Полша, Финландия, Гърция, Чехия, Белгия, Ирландия и Нидерландия. На германските, британските и руските туристи се падат около 1/2 от тях, а само на германските – 1/4. Чужденците от съседните страни реализират едва 9% от нощувките. Преките приходи от активния международен туризъм у нас са около 2 млрд. евро годишно.

³ Пак там, с. 27.

Общият принос на туризма за икономиката на страната е около 3 млрд. евро (вкл. съпътстващите приходи от заведенията за обществено хранене, посещенията на музеи и увеселителни заведения, транспорта, банковите операции и др.).

Пасивен международен туризъм. Броят на пътуващите български граждани в чужбина е около 4 млн. души. По-голямата част от тях се насочват към съседните страни (около 70% от пътуванията на българските граждани в чужбина).

Вътрешен туризъм. Характеризира се със слабо изразена сезонност, по-голямо видово разнообразие и по-равномерно териториално разпределение в сравнение с активния международен туризъм. Български граждани реализират около 7 млн. нощувки в средствата за подслон. По-голямата част от тях са в хотели (около 5). Най-много българи са отседнали в хотелите (4,9 млн. нощувки). Основни туристически дестинации са Черно море, Рила, Пирин, Родопите, културно-познавателните и историческите обекти в градовете, балнеолечебните центрове.

В резултат от влиянието на комплекс от природни и социално-икономически фактори в България са се формирали 3 водещи туристически района: Черноморски, Софийски и Родопски. Общо в тях са разположени около 85% от настанителната база в страната, реализират се близо 90% от нощувките в страната и над 95% от нощувките на чужденци.

Черноморският туристически район обхваща сравнително тясна ивица покрай морското ни крайбрежие. Той е най-силно развитият и най-усвоеният туристически район в страната и до голяма степен определя и специализацията на България на международния туристически пазар. Характеризира се с много силно изразена специализация в морска рекреация поради доминирането на съответните природни ресурси. Като допълнителни функции се развиват медицинският, конгресният, познавателният туризъм и краткотрайният отдих на местното население. В него се намират над 2/3 от настанителната база, реализират се около 70% от туристическите нощувки в страната и 85% от туристическите нощувки на чужденци.

Софийският туристически район се формира под влияние на София и Софийската агломерация. Обхваща крайградската зона на града, части от Западна Стара планина, Краището и Северна Рила. Поради наличие на балансираност между природните и антропогенните ресурси, той е с по-голямо разнообразие на функциите: познавателен, делови и конгресен туризъм, зимни спортове

с международно и национално значение, балнеолечение, планински климатичен отдих и краткотраен отдих на местното население, транзитен туризъм. На района се падат 10% от настанителната база и 10% от нощувките (в т.ч. 8% от нощувките на чужденци). Тук се намират и над 30% от вторите жилища за отдих в страната.

Родопският туристически район заема Западните и Средните Родопи и прилежащи части на Горнотракийската низина. Характеризира се с разнообразие на природните и антропогенните ресурси, което обуславя и разнообразието на функциите му: познавателен, делови туризъм и зимни спортове с международно и национално значение, балнеолечение, планински климатичен и краткотраен отдих на местното население, както и транзитен туризъм. Тук се концентрират 9% от настанителната база и 7% от нощувките (в т.ч. 2% от нощувките на чужденци).

Останалите туристически райони имат голям потенциал, но той е все още недостатъчно добре усвоен. Разполагат с около 15% от настанителната база и в тях се реализират едва 13% от нощувките (5% от нощувките на чужденци).

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ

Предпоставки за развитие на конкурентоспособен туризъм в България

Туризмът в България е приоритетен отрасъл и на него се възлагат големи надежди като икономически и социален фактор в настоящото и бъдещото развитие на страната ни. Предпоставка за това са нашите природни, исторически, етнографски и някои други естествени фактори, както и външнополитическият фактор – членството на България в икономическия съюз на Европа, повишеният интерес и доверие към страната и обстоятелството, че тя все още е недостатъчно позната за чуждестранните туристи, но и за немалка част от българите. Изострената чуждестранна конкуренция на производства, стоки, услуги, пред която е изправена страната ни след влизането ѝ в ЕС, налага постоянно да се прави трезва оценка на отраслите на стопанството, които трябва да издържат на тази конкуренция и да представят България на равнище, приемливо за стандартите на обединена Европа. Проблемите са както пред нашето родно индустриално производство (свързани с техническото му оборудване и технологията на производствения процес), така и пред

селското стопанство (от гледна точка производителността на труда, качеството на продукцията и нейната екологична чистота). Трудно е за икономиката на страната ни да поддържа стандартите, наложени ни от европейските институции, които рефлектират върху състоянието на туристическата индустрия като цяло. Необходима е голяма инициативност, висока компетентност, упорит труд и което е изключително важно – нови инвестиции.

Обективният поглед върху даденостите на българската икономика да развива туризма като конкурентоспособен отрасъл изискват да се отчете следното:

– За развитието на туризма у нас има добра материална база с широк обхват и многопосочност от познавателен, рекреационен и битов характер, привлекателен за наши и особено за чуждестранни туристи. На сравнително малка териториална дистанция се съвместяват планински, равнини, крайморски и крайречни пейзажи с привлекателни места за почивка, отдых, лечение и спорт;

– България все още е малко позната и дори непозната за много чужденци. Пренаситени от видяното и преживяното в световноизвестните европейски и извъневропейски туристически региони, комплекси и обекти, те биха желали да видят и се докоснат до естествени природни феномени, исторически и археологически обекти, интересни своеобразни битови и фолклорни традиции, които са налице у нас;

– На територията на страната ни има условия за развитие на разнообразни форми на туризъм – маршрутно-познавателен, културен, религиозен, селски, зимен, екологичен, рекреационен, ловен, риболовен, яхтен, хазартен, индустриален, тоталитарен, винарски и други. Във всички тези направления в туристическата дейност нашата страна предлага добри условия и възможности за задоволяване на най-специфичните изисквания на специализирани групи туристи или на отделния турист;

– В България има сравнително добра организация за разнообразна туристическа инфраструктура, включваща туристически услуги, почивна база, хотелиерски и ресторантьорски услуги, съвременна информационна и комуникационна технология, квалифициран обслужващ персонал в системата на туризма⁴;

– Изградена е и продължава да се изгражда модерна база на стационарния туризъм, особено по Черноморското крайбрежие. По

⁴ За състоянието на обслужването и квалификацията на персонала в туризма могат да се посочат множество претенции и проблеми за решаване.

черноморския ни бряг се оформиха туристически комплекси с модерни хотели, битови и атракционни заведения, задоволяващи и най-претенциозните посетители. Същото се отнася и до големите зимни курорти – Боровец, Пампорово и Банско, със съоръжения и условия за активна зимна почивка и спорт. Поставено е началото на изграждането на селския туризъм у нас, за който в страната ни има необходимите предпоставки.

Таблица 3. Посещения на чуждестранни туристи в България през 2014 г.

| Страни | Общо | Страни | Общо |
|------------------------|------------------|--------------------------------------|-----------|
| О Б Щ О | 9 408 821 | <i>Други страни от ЕС</i> | 33 932 |
| <i>Европейски съюз</i> | 5 431 145 | <i>Други европейски страни</i> | 3064915 |
| Австрия | 208 344 | Бивша югославска република Македония | 441 107 |
| Белгия | 103 754 | Норвегия | 33 050 |
| Германия | 898 791 | Русия | 666 538 |
| Гърция | 1 100 789 | Сърбия | 453 891 |
| Дания | 55 924 | Турция | 1 094 985 |
| Ирландия | 12 739 | Украйна | 341 524 |
| Испания | 65 407 | Швейцария | 33 820 |
| Италия | 143 561 | Други страни | 248 340 |
| Кипър | 17 231 | Израел | 129 961 |
| Малта | 1808 | Канада | 19 339 |
| Нидерландия | 143 793 | САЩ | 79 788 |
| Обединено кралство | 256 932 | Япония | 19 252 |
| Полша | 282 105 | <i>Останал свят</i> | 664 421 |
| Португалия | 9825 | Финландия | 32 696 |
| Румъния | 1439853 | Франция | 169 581 |
| Словакия | 81 883 | Хърватия | 25 744 |
| Словения | 20 178 | Чешка република | 182 948 |
| Унгария | 103 068 | Швеция | 40 259 |

Източник: НСИ

Всичките тези условия обективно благоприятстват развитието на България като желана туристическа дестинация за чуждестранните посетители. Те, от своя страна, посетили веднъж страната ни, остават нейни приятели и доброжелатели и същевременно най-добри

пропагандатори на нейната привлекателност сред свои съотечественици. Потвърждение за това е, че през последните години броят на чуждестранните туристи непрекъснато нараства, а държавните приходи от туризма се увеличават ежегодно. Броят на чуждестранните туристи, посетили България за периода януари – декември 2011 г., е с 4,6% повече спрямо същия период на 2010 г. Увеличение от 6,1% има и при посещенията с цел почивка и ваканция, както и в посещенията с цел бизнес с 4,1% и посещенията с цел гостуване с 0,5%. Приходите от международен туризъм за периода януари – ноември 2011 г. възлизат на 2752,6 млн. евро, което е с 3,8% повече в сравнение със същия период на 2010 г. През периода януари – декември 2011 г. България е посетена общо от 8 712 821 чужденци. Увеличението спрямо предходната година е 4,0%⁵.

Показателен е и обхватът на ангажираните лица в различни дейности в системата на туризма. В България пряко заетите лица в туризма са 180 000, а със съпътстващите ги туристически дейности те наброяват 400 000⁶. От над 163 000 през 2009 г. заетите са намалели на около 152 000 през 2010 г., или има понижение над 10%.⁷ Приблизително такъв е процентът на работещите във всички звена на туристическата индустрия в световен мащаб.

В същото време по данни на световната статистика⁸ България е на 50-о място по туристическа конкурентоспособност в света. В сравнение със същия доклад от 2011 г. страната ни е слязла с две позиции в класацията. Общият индекс, постигнат от страната, е 4,38. В европейския регион България е на 31-ва позиция сред 42 европейски държави. Индексът на Швейцария, запазваща първа позиция от 2007 г., е 5,66. Второ и трето място си поделят Германия и Австрия с индекс 5,39, а четвърта и пета позиция – Испания и Великобритания с 5,38. В първата десетка влизат още САЩ (5,32), Франция (5,31), Канада (5,28), Швеция (5,24) и Сингапур (5,23). На последното 140-то място е Хаити. Това проучване, което се провежда веднъж на две години, се отчитат 14 показателя, свързани с равнището на развитие на туристическия сектор. Сред тях са законодателна уредба, безопасност, приоритетност на туристическия отрасъл, транспортна инфраструктура, туристическа

⁵ http://bulgariatravel.org/bg/page_display/85

⁶ <http://uphill-bg.com/>

⁷ „Туризмът като ключов сектор за осигуряване на заетост в България и Австрия“. Проект за сътрудничество в областта на политиката на пазара на труда между Федералното министерство на труда, социалните въпроси и защита на потребителите на Австрия и Министерството на труда и социалната политика на България. Семинар на МТСП в Смолян, 11.03.2011 г.

⁸ Доклад на Световния икономически форум, публикуван в Женева, Швейцария. Вж. Табл. № 1 на с. 4 в материала.

инфраструктура, ценова конкурентоспособност, бизнес климат, човешки, културни и природни ресурси. Оценени са общо 140 държави, разделени по регионален признак. В регионален аспект Европа е с най-висока конкурентоспособност на туризма. Това се доказва от факта, че 13 от 20-те най-развити туристически държави са от Стария континент.

Въз основа на този кратък преглед на състоянието на туризма в България могат да се направят някои обобщения, а именно:

- Националният туризъм е един от най-динамичните по развитие, глобално социален и финансово впечатляващ отрасъл на родното стопанство;

- Съвременният туризъм – както в световен, така и в национален обхват, е превърнат в самостоятелен отрасъл на стопанството, в резултат на своята масовизация, конкретизация и демократизация;

- Успехите в развитието на туристическата индустрия в България се базират на привлекателните природни и културни забележителности на страната, разширяващата се и модернизираща се материална база и непрекъснато усъвършенстващата се техника и технология на туристическото обслужване във фирмен и национален обхват;

- Приобщаването на страната ни към НАТО и ЕС обуславя нарастващото доверие и интерес към България и е важен фактор за включването ѝ в процесите на глобализация и интеграция на съвременното общество. Всичко това действително съществува като дадености, но до укрепването на страната ни като развита туристическа страна трябва да се измине още немалък път в организационно, техническо, технологическо, образователно, културно и правно отношение.

Приходите от международен туризъм в текущата сметка на платежния баланс по данни на БНБ за периода януари – юли 2011 г. възлизат на 1544,6 млн. евро, което е с 5,2 % повече в сравнение със същия период на 2010 г. Разходите на българските граждани за пътувания в чужбина за периода януари – декември 2011 г. са общо 958,72 млн. евро или с 3% повече спрямо 2010 г.⁹

⁹ www.mi.government.bg. BG Tourism January 2012 Balance Dec 2011

Възможности за повишаване на конкурентоспособността на туризма в България

Сред най-належащите за разрешаване проблеми пред туристическата индустрия в България, които ще издигнат равнището на отрасъла и неговата конкурентоспособност, са следните:

1. Още по-широко популяризиране на страната ни като интересна и привлекателна туристическа дестинация. България има задачата и отговорността да покаже себе си, да разкрие и демонстрира своите особености и възможностите, които предлага за активен многообразен туризъм. Развитието на туристическата индустрия трябва да се базира твърдо на националната идентичност на българския туризъм, да демонстрира и характеризира със съответната доза емоционалност своеобразието и привлекателността на националния туристически продукт. Този процес безспорно е бавен и труден, тъй като трябва да се преодолеят предразсъдьци, трябва да се отстоява на мощна конкуренция от страна на държави с утвърден имидж и традиции в туризма, но той е реално осъществим при правилно ориентирана национална политика в областта на туризма. Всичко това може да се постигне със силата на информационната и рекламната дейност у нас и особено в чужбина.

Като се има предвид, че около 12 на сто от brutният продукт на страната се формира от туристическия отрасъл, то рекламирането на страната ни като туристическа дестинация трябва да се подпомага от най-високо ниво. По отношение на рекламата страната ни изостава твърде много, от което губи не само туристическата индустрия, но и макроикономиката на България. Може да се поспори относно закриването на самостоятелната административна единица към Министерския съвет – Изпълнителната агенция за национална информация и реклама, чиято главна роля трябваше да бъде съдействие за увеличаване притока на чуждестранни инвеститори в туризма. Чуждестранните преки инвестиции в хотелиерството и ресторантьорството през 2010 г. възлизат на 484 369,7 хил. евро¹⁰. Засега те са ярко открити от страна на Германия. Сега тази роля се очаква да изпълнява дирекцията към Министерството на икономиката и енергетиката „Маркетинг, реклама и информация в туризма“. Положителна роля в това отношение несъмнено имат и разкритите наши туристически представителства в чужбина, на първо място в Москва, Франкфурт и Лондон.

¹⁰ <http://www.nsi.bg>

Всички тези инициативи са във възможностите на държавата и нейните административни звена, които трябва да дадат подкрепа на многобройните туристически фирми, тъй като последните не са в състояние да се справят с големите и обхватни проблеми в областта на туристическата индустрия. Броят на тези фирми е голям, но по същество те са малки формирания с ограничени възможности. Туризмът у нас се ръководи от Министерството на икономиката, енергетиката и туризма. Не са секнали дискусиите по отношение на потребността от създаване на самостоятелен правителствен орган (Министерство на туризма), който да се изяви като носител на националната туристическа политика, със специфични задачи, конкретни програми и правилно регламентиране при крайна цел – повишаване качеството на туристическите дейности и издигането на туризма на съвременно ниво, превръщането му в един от най-конкурентоспособните отрасли на икономиката ни.

2. Обновяване и осъвременяване на материалната база на туризма. В тази посока е направено и продължава да се прави най-много. Основните курорти и курортни комплекси както по Черноморието, така и в планинските части на страната имат необходимата представителност съобразно европейските стандарти. Те предлагат на посетителите необходимия комфорт за пълноценен отдих, почивка и развлечения. Организирането на маршрутно-познавателния туризъм също е на висота, макар че тук са възможни значителни нововъведения както по отношение транспортното обслужване и качеството на пътищата, така и относно екологичната обстановка във и около посещаваните природни и исторически обекти в страната. Съобразно съвременните изисквания се изгражда глобална инфраструктура, на разположение на посетителите е информационна и комуникационна система, удовлетворяваща техните житейски и служебни нужди.

Процесът на модернизация на материалната база на туризма трябва да продължи, и то не само с оглед удовлетворяване изискванията на съвременния взискателен турист, но и от гледна точка повишаване имиджа на България като туристическа дестинация. Известно е, че страната ни се посещава от по-бедните обществени слоеве в развитите държави, тъй като пребиваването им у нас е по-евтино в сравнение с редица други страни. Така например едноседмичен престой на турист в България възлиза средно на 45 щ. долара, докато в Гърция той е 780, а в Турция – 826. Тези ниски разходи при туристопосещенията у нас, от една страна, имат

привлекателна сила, но от друга, те представят страната ни на туристическия пазар в негативна светлина.

Важно условие за повишаване престижността на туристическа България е усъвършенстването и модернизацията на материалната база на туризма във всички нейни измерения. Следва да се отдели и необходимото внимание на намиращите се в начално развитие селски туризъм, екотуризъм, ловен и риболовен туризъм и редица други клонове на туристическата дейност. И тук е нужна сериозната подкрепа на държавните органи по посока стимулиране на фирмите и лицата, ангажирани със съответната дейност, чрез данъчни облекчения, дългосрочно кредитиране и материално стимулиране. Това се налага от обстоятелството, че страната ни трябва да догонва държави с утвърдени традиции и постижения в различните клонове на туристическата индустрия.

3. Качеството на туристическите услуги и човешкият фактор като основен и определящ за развитието на туризма в България. Този фактор се откроява от специалистите като основен, най-важен и най-приносен за развитието на отрасъла. Това е всеобща констатация на всички изследователи. На не един и два научни форума този проблем е поставян с пълната си сериозност. Няма различно мнение от това, което застъпва тезата, че личностният елемент доминира над материалния по отношение на комплексните качествени характеристики на туристическия продукт. Рационалното използване на условията за туристическа дейност, повишаването и поддържането на висока технологична култура в отрасъла, както и крайната резултатност и качеството на труда в туризма зависят и се определят от качеството на работната сила, на нейната обща и конкретна професионална подготовка, организация, етика и морал. При това тази работна сила е задължена да се развива и усъвършенства изпреварващо по отношение изискванията на туристическия пазар, на техническите, технологическите, информационните и комуникационни новости, на непрекъснато повишаващите се изисквания на обслужвания турист. *„...Винаги, когато става въпрос за повишаване конкурентността на продукта, фирмите го постигат преди всичко чрез персонала – Конкурентността е силно зависима от хората, от техните знания, умения, трудови навици и поведение“*¹¹.

Въпросите на човешкия фактор в туризма отдавна са обект на специално внимание, поради изключителната им важност за издигане

¹¹ Рибов, М. Конкуренция и конкурентност на туристическия продукт. С., Унив. изд. „Стопанство“, УНСС, 1994, с. 122.

на качеството и конкурентоспособността на туризма. Както Световната организация на туризма (СОТ), така и регионалните и националните туристически организации и звена обосновават, препоръчват и внедряват изисквания и правила за подобряване и усъвършенстване подготовката на туристическите кадри. Насочеността обаче е предимно в професионален аспект. Значително изостава проблемът за комплексната образователна подготовка на работещите в отрасъла, за тяхната обща култура и възпитание. Несъмнено те са основата, върху която работещите в системата на туризма надграждат своите професионални умения и опит, развиват и утвърждават индивидуалните си качества. Без обща образование, без достатъчна обща култура и спазване на етичност в отношенията трудно се гради авторитет и престиж в системата на туризма. По наше мнение от мениджъра, който планира и ръководи дейността на туристическата фирма, от администратора, обслужващ чуждестранните туристи, и най-вече от екскурзовода, който съпровожда и общува с тях през целия им престой в страната, се създава представа за авторитета на страната ни, за манталитета на българите и стойностите на българската нация и икономика.

Отговорността за подготовката на кадри за туризма в много голяма степен е върху висшите училища, които имат ангажимент да образуват и обучат кадри в това направление.

Статистиката сочи, че към 2016 г. в България около двадесет висши училища имат право да дипломират студенти в специалност „Туризм“. Не трябва да се пренебрегват и тези средни училища, в които се провежда профилирано обучение – професионалните гимназии по туризъм и професионалните колежи, които се създават по закона за народната просвета. Техният брой не е никак малък, но сред работодателите и самите обучаеми в нашата страна се е формирало мнение, че дипломите, които получават в системата на средното образование, нямат стойност, а тежест при назначаването на работа имат само дипломите за „бакалавър“ и „магистър“.

Би било много добре, ако тази погрешна представа се разчупи и при назначаването на работа се дава приоритет на истинската подготовка на младите кадри – общата култура, езиковата подготовка, умение за работа под напрежение и постоянно повишаване на квалификацията.

Таблица 4. Утвърден прием на студенти в българските висши училища в специалност „Туризъм“ за учебната 2016/2017 г.¹²

| № | ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ | БРОЙ СТУДЕНТИ |
|--------------|-------------------------------------------------------|---------------|
| 1. | АГРАРЕН УНИВЕРСИТЕТ – ПЛОВДИВ | 45 |
| 2. | ВЕЛИКОТЪРНОВСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ“ | 56 |
| 3. | ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА | 175 |
| 4. | ПЛОВДИВСКИ УНИВЕРСИТЕТ „ПАИСИЙ ХИЛЕНДАРСКИ“ | 52 |
| 5. | СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“ | 44 |
| 6. | УНИВЕРСИТЕТ „ПРОФ. Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ“, БУРГАС | 159 |
| 7. | УНИВЕРСИТЕТ ПО ХРАНИТЕЛНИ ТЕХНОЛОГИИ – ПЛОВДИВ | 94 |
| 8. | ШУМЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ „ЕПИСКОП КОНСТАНТИН ПРЕСЛАВСКИ“ | 38 |
| 9. | ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“ – БЛАГОЕВГРАД | 100 |
| 10. | ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО МЕНИДЖМЪНТ – ВАРНА | 95 |
| 11. | МЕЖДУНАРОДНО ВИСШЕ БИЗНЕС УЧИЛИЩЕ – БОТЕВГРАД | 205 |
| 12. | НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ | 149 |
| 13. | ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ „ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР“ | 25 |
| 14. | КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ – БЛАГОЕВГРАД | 109 |
| ОБЩО: | | 1346 |

Проблемите, свързани с развитието на туристическата индустрия в България, са належащи за разрешаване. В тази посока влияние оказват няколко основни фактора – природните и антропогенните дадености, разширяващата се и модернизираща се материално-техническа база и членството на страната ни към ЕС и нейното общо икономическо състояние. Важен и специфичен за туризма проблем е нивото на подготовка на персонала, зает в този отрасъл. Образователната подготовка и възпитание на туристическите кадри, както в основния етап на тази подготовка, така и при тяхната

¹² МС на Р България. РЕШЕНИЕ № 328 от 3 май 2016 година за утвърждаване броя на приеманите за обучение студенти и докторанти във висшите училища и научните организации на Република България през учебната 2016 – 2017 г. Към тези данни трябва да се прибавят и бройките обучавани студенти по туризъм в още ШЕСТ висши училища, които разпределят желаещите да учат тази специалност след втората година в рамките на утвърдения прием по направление „Икономика“ или „Администрация и управление“.

допълнителна квалификация, стои много остро и не трябва повече да се подценява. Откритите висши училища за подготовка на кадри за туризма имат важно място и отговорност за изграждането и формирането на основните кадри в системата на туризма, обогатявайки ги със знания, умения и правилни позиции на отношение при изпълнение на тяхната отговорна професионална дейност, а с това и за оформянето на страната ни като привлекателна туристическа дестинация.

АНАЛИЗ НА ИЗТОЧНИЦИТЕ ЗА ФИНАНСИРАНЕ НА ТУРИЗМА

Относно финансирането на туризма може да се каже най-общо, че източниците на средства за него могат да се обособят в следните три групи:

1. Централизираните фондове на държавата за развитието на туризма и селското стопанство;
2. Европейските фондове и програми;
3. Банков кредит.

Първите два източника имат по-голямо значение и перспектива за развитието на туризма. В условията на финансова криза очевидно банковият кредит не може да бъде основен източник, главно поради силно увеличените изисквания на банките от гледна точка на гарантиране на вземанията по кредитите и тежестите при тяхното обезпечение. Собствените средства на предприемачите са крайно недостатъчни и не биха могли да бъдат основа на предприемаческата дейност в развитие на разнообразните форми на туризма. Затова вниманието е насочено към възможностите, които дават централизираните фондове на държавата и европейските програми в това направление.

Централизираните фондове на държавата за развитието на туризма

Развитието на туризма се подпомага финансово съгласно основните стратегически документи на Р България за периода 2014-2020 г. Към тях се отнасят:

1. Националната програма за развитие на България 2020 г.

Националната програма за развитие: България 2020 (*НПР БГ 2020*) е водещият стратегически и програмен документ, който конкретизира целите на политиките за развитие на страната до 2020 г. Визията, целите и приоритетите на *НПР БГ 2020* са дефинирани на

базата на изготвен за целта социално-икономически анализ, както и на получените становища в рамките на публичните дискусии на всеки един етап от изработването на документа. Формулираните цели на правителствените политики ще осигурят постигането на ускорен икономически растеж и повишаване на жизнения стандарт на българските граждани в средносрочен и дългосрочен план. В частта *Конкурентоспособност* на икономическите сектори секторът „Туризм“ е отделен самостоятелно и в него са очертани приоритетите в развитието на туризма с оглед пълното използване на потенциала на страната ни за утвърждаването ѝ като водеща туристическа дестинация.

2. Програма за развитие на селските райони, 2014 – 2020 г.

В Програмата за развитие на селските райони 2014-2020 година се съдържа оценка на социално-икономическото и екологичното състояние на селските райони в страната и потенциалът им на развитие. В нея подробно са очертани конкретните приоритети и цели за постигане. Това са: свързаните с развитието на конкурентното земеделие и горското стопанство и основан на иновациите хранително-преработвателен сектор; опазването на околната среда в селските райони, насърчаването на заетостта и подобряването на качеството на живота в селските райони.

Програмата за развитие на селските райони (ПРСР) е наследник и продължение на програма САПАРД. По-голяма част от мерките, действали по САПАРД, ще продължават да се прилагат, но с частична промяна в условията. Програмата субсидира инвестиции в земеделието, преработвателната промишленост, горската индустрия като покупка на селскостопанска земеделска техника, съвременен производствен оборудване, технологични линии, машини, строеж на складови помещения, пречиствателни станции, създаване на животновъдни ферми, овощни градини, оранжерии, лозя и др. В селските общини ще се подкрепят проекти за подобряване на инфраструктурата, за ремонт на пътища, улични настилки, В и К системи, за стартиране на малък бизнес, за селски туризъм и други алтернативни дейности. В програмата са обособени четири приоритетни оси, съответстващи на основните направления, които ще се подкрепят:

Ос 1: „Подобряване на конкурентоспособността на земеделския и горския сектори“

Ос 2: „Подобряване на околната среда и селската природа (управление на земята)“

Ос 3: „Качеството на живот в селските райони и разнообразяване на селската икономика“

Мярка 311 „Разнообразяване към неземеделски дейности“

Мярката цели насърчаване на инвестиции за започване и разширяване на неземеделски дейности в селските райони (определени селски общини). Областите за разнообразяване включват следните бизнес сектори:

- развитие на услуги в селския туризъм;
- местно занаятчийство;
- преработка, продажба и маркетинг на земеделски продукти, които не се подпомагат по мярка 123;
- социални услуги за селското население;
- създаване/обновяване или подобрене на работилници за поддръжка и ремонт на машини и съоръжения;
- производство на енергия от възобновяеми източници (на биогорива от биомаса; на биогаз, когенератори на биогаз);

Субсидията ще е до 70% от допустимите разходи в зависимост от размера на кандидатстващото предприятие (микро, малко или средно).

Мярка 19 Подкрепа за местно развитие по LEADER

По тази ос финансирането е насочено към хоризонтална интеграция в за стимулиране финансирането при създаване на местни инициативни общности за прилагане на местни стратегии за развитие на селските райони. Във финансово изражение средствата от Европейския земеделски фонд за финансиране на Програмата за развитие на селските райони са посочени в приведената по-долу таблица:

Таблица 5. Финансиране на Програмата за развитие на селските райони¹³

| Година | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Финансиране | 244 055 793 | 337 144 772 | 437 343 751 | 399 098 664 |

| Година | 2011 | 2012 | 2013 | Общо |
|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| Финансиране | 398 058 913 | 397 696 922 | 395 699 781 | 2 609 098 596 |

¹³ Вж. Стоянова, Сн. Планиране и финансиране на селския туризъм. Ръководство за мениджъри. Университетско издателство „П. Хилендарски“, Пловдив, 2008, с. 91.

3. Средства за реклама в туризма от държавния бюджет

Отпусканите от **държавния бюджет** и еврофондовете пари за **реклама** на България като туристическа дестинация вече ще се харчат след предварителни анализи за това към какви потребители и държави да се насочи рекламата според моментната ситуация на пазара и ще се искат отчети за постигнатия ефект от изхарчените средства.

При разпределянето на финансирането трябва да се включи бизнесът, защото той най-добре знае как и къде има нужда от популяризиране на България.

Ежегодно от бюджета се отпускат милиони левове за изработване на рекламни телевизионни клипове, сайтове и брендиранни продукти за популяризиране на българските курорти най-вече в чужди специализирани издания и световни телевизии.

Всяка година сумите нарастват. За 2013 г. са предвидени 28 млн. лв., година по-рано бяха заложили близо 23 млн. лв., а през 2011 г. – около 19 млн. лв.

Повечето от средствата са от оперативната програма „Регионално развитие“, която за 2013 година дава 20 млн. лв., през 2012 г. сумата е 15 млн. лв., а година преди това – 11 млн. лв.

За изработка на поредното туристическо лого, оприличено от българите масово като „ййца на очи“, от държавния бюджет бяха платени 1,65 млн. лв.¹⁴.

Обмисля се създаването на Център за стратегически анализи в туризма, който ще дава предварителни насоки за харченето на средствата за реклама и ще се отчита обратният ефект по пазари. Сега данните се вземат от НСИ. На принципа на публично-частното партньорство този център ще следи данните за пристигащите туристи в реално време и според тези данни ще се реагира за рекламата.

Държавните телевизия и радио ще дават отстъпки при реклама на български туристически продукти, тъй като отрасълът формира над 12 на сто от brutния вътрешен продукт на страната, а обществените телевизии се финансират от държавния бюджет. При това положение БНТ и БНР не трябва да гледат на българския туристически бранш като на останалите рекламодатели и ефирът да е пълен с клипове на

¹⁴ Неодобрението на това лого се основаваше на приликата почти идентично с бранда на Киргизстан, направен от 19-годишен дизайнер за 500 евро. Фирмата „Обединение за бранд България“, направила българското лого, обяви, че го преработва, но и досега не е сторила това, очаквайки насоки от новото правителство.

други държави като място за почивка, аргументирали се представителите на хотели, курорти и туристически агенции.

Целта на правителството е максимално да се възползва от европейското законодателство за трансграничното здравеопазване и в страната ни да се развият здравният и рехабилитационният туризъм. Българските фирми трябва да развият идеи как да се използват максимално минералните извори у нас за балнеолечение и СПА туризъм. За тази цел е необходимо процедурите по вземане на концесия на лечебните извори да се облекчат.

С поправки в Закона за водите от 2010 г. ежегодно държавата кани общините да вземат за безвъзмездно ползване минерални извори държавна собственост, които в момента буквално се изливат в земята. Не се наблюдава засилване на интереса от страна на кметствата към този ресурс.

Сред идеите е и присъждане на „зелена звезда“ на хотелите, които предлагат екологично чисти храни и продукти, за да се стимулира участието на малките производители на зеленчуци, мляко или лимец в хотелските доставки. Така се цели постигане на синергия между българския туризъм и земеделието и двата отрасли да взаимно да растат.

В бъдеще категоризацията на хотелите трябва да става по европейските стандарти и да отчита не само материалните активи на сградите, но и постиженията на марката и бизнеса на съответния собственик, както това се прави при световните хотелски вериги.

Европейските фондове и програми

Отделно от структурните и кохезионния фонд са обособени два земеделски европейски фонда, които финансират селскостопанската политика на ЕС и инвестициите за съхранение и развитие на селските райони в Европа.

Регионите са институциите с най-голямо стратегическо значение на национално равнище за планирането и устойчивото развитие на туризма, успоредно с насърчаването на конкурентоспособността на европейските дестинации. Комисията подпомага и създаването на мрежи между основните европейски туристически региони. През юли 2009 г. беше създадена *NECSTouR* – отворена мрежа на европейските туристически региони, която има за цел да координира изследователските програми и да служи като платформа за обмен на знания и новаторски решения в областта на устойчивия и конкурентоспособен туризъм.

По отношение на приноса на туризма за регионалното развитие и заетостта в съответните региони, Съюзът разполага с други ресурси за финансиране на туризма или съхранение на културното наследство:

- Европейски фонд за регионално развитие (ЕФРР) за финансиране на устойчиви проекти, свързани с туризма;
- Програмата INTERREG;
- Кохезионния фонд за финансиране на инфраструктурата в областта на околната среда и транспорта;
- Европейския социален фонд (ЕСФ) за трудовата заетост;
- Програмата „Леонардо да Винчи“ за насърчване на мобилността в сектора чрез професионално образование;
- Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони (ЕЗФРСР) за диверсификация на икономиката на селските райони чрез туризма;
- Европейския фонд за рибарство (ЕФР) за преобразуване на сектора на рибарството чрез инициативи в областта на екотуризма;
- Рамковата програма за конкурентоспособност и иновации, която подпомага МСП в областта на туризма;
- Седма рамкова програма за научни изследвания и технологично развитие.

В рамките на бюджета на ГД „Предприятия и промишленост“ туризмът разполага със скромнен финансов пакет, вариращ между 5 и 6 млн. евро годишно. Въпреки това в рамките на финансовата перспектива 2014 – 2020 г. по Програма „Конкурентоспособности МСП“ той би могъл да разполага с обща сума в размер на 130 млн. евро.

Особено внимание е отделено и на създаването на статистическа информационна система на Общността в областта на туризма. В това отношение Регламент (ЕС) № 692/2011 от 6 юли 2011 г. за отмяна на Директива 95/57/ЕО създаде обща рамка за развитието, изготвянето и разпространението на европейски статистически данни в областта на туризма.

През ноември 1996 г. предмет на съобщение на Комисията (СОМ(96) 547) беше борбата срещу детския секс туризъм. С него се очерта обща рамка на мерките на Общността по този въпрос, които бяха отново посочени в съобщението на Комисията от 26 май 1999 г. относно прилагането на мерки за борба срещу детския секс туризъм и заключенията на Съвета от 21 декември 1999 г. на същата тема.

Роля на Европейския парламент

Европейският парламент допринесе по категоричен начин за развитието на една нова политика в областта на туризма. Най-напред през декември 1996 г. той даде положително становище по първата многогодишна програма за 1997 – 2000 г. – „Филоксения“, която не беше приета, тъй като Съветът не постигна единодушие по въпроса. През март 1998 г. той приветства предимствата на единната парична единица за туристите в еврозоната. Впоследствие даде тласък за редица конкретни мерки.

В своята резолюция от 30 март 2000 г. относно прилагането на мерки за борба срещу детския секс туризъм Европейският парламент поиска от държавите членки да въведат екстериториални разпоредби, чрез които да е възможно разследването, образуването на наказателни производства и налагането на наказания на лица, които при престоя си в чужбина са извършили противоправни деяния, свързани със сексуална експлоатация на деца. На 27 октомври 2011 г. ЕП прие почти единодушно законодателна резолюция относно предложението за директива относно борбата със сексуалното малтретиране, сексуалната експлоатация на деца и детската порнография. Благодарение на този напредък туризмът с цел секс с деца ще се счита за престъпление в целия ЕС, независимо дали престъплението е извършено на територията на държава членка или от неин гражданин в чужбина (P7_TA(2011)0468).

Освен това Парламентът предложи координиране на политиките на Общността с цел насърчаване на заетостта, създадена от сектора на туризма, и на националните политики в областта на заетостта (резолюция от 18 февруари 2000 г. относно туризма и заетостта).

В своята резолюция от 8 септември 2005 г. относно туризма и развитието (подготвена от Комисията по развитие) Парламентът обърна внимание на необходимостта от реинвестиране на приходите от туризъм в местното развитие, за да се подобри стандартът на живот на местното население, неговото здраве и инфраструктура и да се използва устойчивият туризъм като инструмент за премахване на бедността.

Също така на 8 септември 2005 г. Европейският парламент прие резолюция относно новите перспективи и предизвикателства за устойчив европейски туризъм (подготвена от комисията по транспорт и туризъм).

В резолюцията си от 29 ноември 2007 г. относно обновена политика на ЕС в областта на туризма: към по-силно партньорство за

европейски туризъм, Европейският парламент разгледа по-специално последиците от визовата политика за туризма. Като приветства насърчаването на европейските туристически дестинации, той предложи създаването на знак за европейско наследство и на трансгранична колездачна обиколка по протежението на бившата желязна завеса.

В своята резолюция от 16 декември 2008 г. относно влиянието на туризма върху крайбрежните райони (подготвена от комисията по регионално развитие) Европейският парламент предложи серия от мерки за диверсификация на туристическото предлагане през цялата година успоредно със защитата на крайбрежното наследство, наред с другото, с цел справяне с изменението на климата.

Накрая, по повод на Международния ден на туризма, на 27 септември 2011 г., ЕП прие доклад по собствена инициатива (първия след Договора от Лисабон), озаглавен „Европа – водеща световна туристическа дестинация – нова политическа рамка за европейския туризъм“ (P7_TA(2011)0407), който има за цел да подкрепи политическата стратегия на Комисията, основана на 21 действия.

По-специално ЕП иска да се даде нов импулс за конкурентоспособен, модерен, висококачествен и устойчив туризъм, който се основава на културното многообразие на Европа и е достъпен за всички. Членовете на ЕП поставят акцент върху значението на мерките, предприети в други области, които могат да окажат решаващо въздействие върху туризма, като например трудовата заетост, данъчното облагане и правата на потребителите. Освен това те отправят искане за преразглеждане на Директива 90/314/ЕИО относно пакетните почивки. Накрая, ЕП подчертава като неизбежни проблеми координацията и видимостта на наличните ресурси, както и намирането на нови източници на финансиране в рамките на финансовата перспектива 2014 – 2020.

Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони (ЕЗФРСР)

Фондът финансира националните програми на страните членки за развитие на селските райони. Това е фондът, който субсидира инвестиции в земеделието, преработвателната промишленост, горската индустрия. В селските общини фондът подкрепя проекти за подобряване на инфраструктурата, за стартиране на малък бизнес, за селски туризъм и други алтернативни дейности. Общият размер на

средства за периода 2007-2013 г., осигурени от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони, е 2609 млн. евро. Националното съфинансиране е 20% (около 633 млн. евро). Общо средствата за развитие на селските райони за периода възлизат на 3242 млн. евро.

Приходите от екологичен, приключенски и селски туризъм на чуждестранните туристи, посетили тази година страната ни, са между 13 и 15 млн. евро по данни на Българската асоциация за алтернативен туризъм, което е над 1,5 на сто от приходите в общия дял на туризма в страната.

Делът на индивидуалните туристи е 30 на сто. За разлика от чуждестранните гости, пребивавали у нас средно 8 – 10 ваканционни дни, българите, предпочели нетрадиционните дестинации и селския туризъм, почиват по-кратко, обикновено през уикенда.

Банково кредитиране на туризма

Сред източниците за финансиране на туризма в България, банковото кредитиране не се ползва с особено голяма популярност. Най-големите проблеми при банковото финансиране на туризма са:

- ✓ кратък срок на кредитите – повечето банки в България нямат дългосрочен ресурс и могат да отпуснат заем за период, не по-дълъг от 5 години;

- ✓ висок лихвен процент;

- ✓ изискване за собствено участие в проекта – обикновено банките финансират до 70% от стойността на сделката, а другите трябва да бъдат осигурени от кредитоискателя;

- ✓ изискване за история на фирмата и отлични финансови показатели по счетоводните отчети;

- ✓ консервативен погасителен план, без възможности за гратисен период, докато трае строителството или извън сезона (ако обектът е сезонен);

- ✓ мудност при вземането на решение за кредитиране. При краткия период между сезоните в България този фактор често е фатален.

Проследяването на отношението на банките към туристическия отрасъл дава основание да се направят следните изводи:

- ✓ Туризмът е най-бързо разрастващият се бранш в България, с ръст от 8 – 10% през изминалите 2 години, при тенденция за спад от 2,5% годишно в световен мащаб.

✓ Хотелите и ресторантите представляват атрактивно обезпечение, за разлика от една свинеферма или мандра например. Стара банкерска максима е, че когато възникнат проблеми с обслужването на кредита, обезпечението започва да се топи като сладолед на слънце. Свинефермата се превръща в хале по средата на нищото, с разграбено оборудване и без перспективи банката да се удовлетвори достатъчно от продажбата му. При туристическите обекти не е така. Въпреки икономическата криза, стойността на недвижимите имоти в курортите не е намаляла повече от средното намаление на недвижимите имоти.

✓ Кредитите за развитието на туристически обекти се анализират по-лесно от промишлените – равнището на цените в различните курорти, трендовете на пазара и очакваната сезонност/заетост се следят и за тях има подробна и актуална информация.

✓ Голям процент от постъпленията в туризма са във валута, което намалява риска от изпадане в затруднено положение поради остра инфлация. Пример за това е кризата в началото на 2008 г., когато лошите кредити в хотелското портфолио на БАКБ останаха под 3%.

✓ Сравнително по-лесно е да се намери компетентен управител на хотел или купувач за обезпечението, отколкото компетентен управител/купувач на винзавод, птицекомбинат или дървопреработвателно предприятие например.

Срокът на кредитите и лихвите в туризма са различни не само за различните банки, но и за различните клиенти в една банка. Често клиентите сравняват лихвените нива в България с тези в Западна Европа и САЩ и негодуват, че българските банки работят при почти двойно по-високи лихви. За съжаление, това е така и основната причина е по-високият риск на инвестициите. Въпреки изброените по-горе предимства, характерни за кредитирането в туризма, банките се сблъскват с много трудности. Редица от тях се опитват да разчупят консерватизма, но все още голяма част от тях не проявява интерес да финансира проекти в туризма по съображения като:

✓ Несъвършената съдебна система, която е по-благоклонна към неизрядните длъжници, отколкото към банките.

✓ Липса на достоверни документи за удостоверяване и контрол на реалното финансово състояние на длъжниците.

✓ Липса на единна система за проверка на кредитната история и платежоспособност на кредитополучателите. В САЩ може да се

направи справка дали клиентът си е плащал редовно данъците и дори сметките за електричество.

✓ Опасност от презастрояване на курортите.

Банките изискват собствено участие при кредитирането, тъй като:

Първо, банките винаги изискват кандидатите за заем да споделят финансовия риск.

Второ, опитът показва, че за да се върне една инвестиция в хотел или ресторант, са нужни между 12 и 15 години, смятайки лихвата по банков кредит, ако е ползван такъв, както и основния ремонт на хотела, който неминуемо ще трябва да се направи за този период.

Банките приемат този период от 12-15 години, като изхождат от факта, че за строителството и обзавеждането до ключ на един тризвезден хотел с ресторант, басейн и добро външно оформление около хотела са нужни между 12,000 и 15,000 евро на стая или около 250 до 300 евро на квадратен метър. От друга страна, чистата печалба на легло на сезон варира между 500 и 1,200 евро в зависимост от местоположението, продължителността на сезона, цената на легло и качеството на управлението. Докато цените на строителството са сравнително високи, цените на легло са относително ниски, туристите в по-голямата си част са сравнително бедни и не са склонни да харчат извън предплатения туристически пакет.

Възможно е да бъде избегната необходимостта от кешово участие на кредитоискателя, ако той има друг бизнес, носещ приходи, и може да осигури допълнително обезпечение към парцела, върху който ще се изгражда новият хотел.

Философията на добрите банки е да развият бизнеса на своите клиенти. Банките подкрепят утвърдени заематели с амбиции и управленски умения, които кандидатстват за финансиране, за да купят още един хотел или парцел и да се развият.

Американски хотелиер е казал, че има три фактора за успеха на един хотел: 1) местоположение; 2) местоположение и 3) местоположение. Опитът показва, че всъщност факторите са два: местоположение и мениджмънт. Могат да се посочат редица примери, които показват, че хотели, по-далеч от пистите или плажа, биха могли да се справят по-добре, отколкото хотели на първа линия, ако са управлявани от енергични, предприемчиви хора, които са сформирали добър екип. При вземането на решение за кредитиране, за кредитиращата институция често пъти управлението е един от най-

важните фактори. Друг важен фактор е контролът на управлението, упражняван от собствениците на обекта.

В дългосрочен план тенденцията е в България, както навсякъде по света, хотелите да се изграждат и притежават от инвеститори, които разчитат на по-дълъг срок на възвръщаемост (така наречените *developers*). Те обаче са експерти в областта на недвижимите имоти, а не на хотелиерството, така че се нуждаят от мениджърски компании, опитни в хотелиерството, които да управляват обектите им срещу стабилно възнаграждение. За по-големи по мащаб обекти инвеститорите често се спират на чужди мениджърски компании, въпреки че по-приемлива алтернатива за тях са безспорно български фирми, специализирани в областта на хотелския мениджмънт, които са наясно с конюнктурата и със специфичните особености на управлението в България.

*Програма за кредитиране на туризма на Българо-Американска
кредитна банка*

Българо-Американската кредитна банка предоставя финансиране на юридически лица с цел строеж, ремонт или закупуване на туристически обекти, хотели и други на територията на България. По информация на банката до средата на 2013 г. тя е предоставила кредити на инвеститори в хотелски проекти на обща стойност над 100 млн. долара.

Банката осъществява финансиране на туристически обекти от години насам и има регламентирана политика в тази сфера. Гъвкавостта на погасителните планове се предопределя от спецификата на инвестицията на кредитополучателя.

От своя страна, Българо-Американската кредитна банка предлага бърза оценка на пазарния потенциал на проекта, предложен за финансиране, и дава възможност за безплатна реклама във финансираната от нея сайт www.discoverBulgaria.com.

Предимствата по отношение на изискванията към кредитополучателите са:

- опит в управлението на хотели или добра стратегия за управление на бизнеса;

- добра конкурентоспособност – стратегическо разположение на проекта, използване на площта по рационален начин;

- размерът на кредита трябва да е адекватен на средствата, необходими за пълното завършване и пускане на обекта в експлоатация;

– кредитът трябва да е съобразен с очакваните постъпления от проекта, осигурявайки изплащането на кредитното задължение за период до 10 години.

Сред основните приоритети на Българо-Американската кредитна банка е финансирането с цел строителство на опитни предприемачи, работещи в сферата на строене на жилищни и търговски сгради. Тези кредити също могат да послужат за построяване на обекти, предназначени за нуждите на туристическия отрасъл. Отпусканите кредити се предоставят на траншове, които са свързани с етапите на строителство. Аналогично на този процес протича и изплащането на кредитното задължение – строителите са длъжни да обслужват кредита при завършването на определени фази от строителството.

Основни изисквания:

- Първоначално самоучастие в размер не по-малък от 25% от всички разходи по сградата. В разходите влизат включително цената на земята, проучване и проектиране, независим строителен надзор, строителни разходи и разходи за строителна документация и узаконяване;

– Добра конкурентност, изразена в стратегическо местоположение на проекта и добри изгледи за реализацията му;

– Наличие на опит в строителния бизнес или наличие на професионален екип от опитни проектанти, инвеститорски контрол, строителна фирма, подизпълнители и т.н.;

– Обезпечението по кредита се изразява и в наличие на достатъчно свободни апартаменти, офиси, магазини, гаражи и др. в сградата.

Кредити за развитие на туризма на Централна кооперативна банка

Централна кооперативна банка е една от банките, които съвместно с „Гаранционен фонд за микрокредитиране“ и „Красива България“ предлага на българските малки, средни и едри предприятия, също така физически лица, занаятчии, притежатели на недвижими имоти, кооперации и т.н., кредити за развитие на туризма като семеен бизнес.

Според изискванията на програмата максималната стойност по един подпроект, с възможност за включване на няколко отделни физически обекта, не може да надвишава 37 500 лв., които се разпределят по следния начин:

- 30% от стойността е авансово подсигуреното самоучастие от собственика;
- 30% от стойността е субсидия от проект „Красива България“;
- 40% от стойността е банков кредит за собственика съгласно изискванията на „Гаранционния фонд за микрокредитиране“.

Ипотечен инвестиционен кредит на УниКредит Булбанк

УниКредит Булбанк финансира покупка или строеж на недвижим имот за бизнес цели: складове, офиси, търговски и производствени помещения, хотели, ресторанти и др.

Основни характеристики на кредита:

- Размерът на кредита не може да надвишава 10% от приходите на фирмата за предходната година;
- Максималният срок на кредита – 60 месеца;
- Възможност за гратисен период – в рамките до 6 месеца при покупка и до 12 месеца при строеж.

Инвестиционни кредити на Алфа Банк

Инвестиционните кредити на Алфа Банк са с гратисен период и погасителен план за финансиране на придобиване на дълготрайни активи:

- покупка на предприятия или на обособени части от тях;
- покупка на дялове и акции;
- ново строителство, реконструкция и разширяване;
- проектно финансиране.

Изплащането на кредитното задължение става в срок до 10 години, като има опция за гратисен период. Гратисният период се определя въз основа на индивидуалните специфики на клиента. Такса за управление на кредита се заплаща само при първото усвояване, а при евентуално предсрочно погасяване Алфа Банк не изисква заплащане на такса.

Финансиране на корпоративни клиенти с цел инвестиции на Райфайзенбанк

Самостоятелно и в партньорство с основния си акционер, Райфайзен Централбанк Австрия АГ и с международни финансови и донорски организации, Райфайзенбанк (България) ЕАД финансира инвестиционни проекти в страната в химическата промишленост, рудодобива, туризма, търговията с потребителски стоки и горива,

както и проекти от регионално и местно значение в практически всички отрасли на икономиката.

Инвестиционните кредити на Райфайзенбанк са със срок на изплащане до 7 години, опция за гратисен период и условия, съобразени със спецификата на конкретния инвестиционен проект.

При доставка на инвестиционно оборудване Банката освен ефективно финансиране е готова да предостави на клиентите си и дългосрочни лимити за издаване на банкови гаранции или акредитиви в полза на доставчика.

Бизнес кредити над 200 000 лева на ПроКредит Банк

Финансирането е валидно за всички юридически лица, еднолични търговци и лица със свободни професии, които възнамеряват да инвестират или имат нужда от оборотни средства. Изискване към кредитоискателите е да имат минимум 6-месечен пазарен опит. ПроКредит Банк издава разрешение за отпускане на кредита след предоставяне на всички необходими документи в рамките на до 10 работни дни.

Основни характеристики:

- Размер на финансирането – над 200 000 лв.;
- ПроКредит Банк отпуска кредити в лева, долари и евро;
- Срокът за изплащане на кредитното задължение се определя в зависимост от целевото изразходване:
 - а. за оборотни средства – до 3 години;
 - б. за инвестиции – до 15 години.
- Погасяването става по желание на клиента: на равни месечни вноски или по гъвкав график на погасяване;
- Дължими такси:
 - а. Такса отпускане на кредит – удържа се еднократно и възлиза на не по-малко от 0,5%;
 - б. Такса предсрочно погасяване – по договаряне;
 - в. Такса промяна в условията на договора – по договаряне;
 - г. Такса управление на кредита – от 0,25% до 1% - удържа се ежегодно, като се начислява върху непогасената част от главницата.
- Обезпечение или поръчители:
 - а. движимо имущество – транспортни средства, оборудване – търговско и производствено, стоки;
 - б. поръчителство от юридически и физически лица;
 - в. недвижимо имущество;
 - г. друго, допустимо от закона.

- Необходими документи:
 - попълнено искане за кредит;
 - решение за регистрация на фирмата, код по Булстат, удостоверение за данъчна регистрация;
 - устав (за АД), учредителен договор за (ЕООД, ООД), дружествен договор (ООД);
 - баланс, отчет за приходите и разходите, данъчни декларации на фирмата кредитоискател за последната година;
 - копие на личните документи на лицето, представляващо фирмата;
 - документи с информация за обезпечението – нотариални актове, фактури, протоколи, застрахователни полици и др.

Тенденции в данъчното облагане на туризма

Туризмът е млада индустрия, която се разви предимно през втората половина на двадесети век. Значителният ръст я превърна в една от водещите световни индустрии. Първоначално международният туризъм е почти изцяло освободен от данъчно облагане. Три са основните фактори, които помагат това статукво да се запази за относително дълго време¹⁵:

- 1) сложната структура на туристическата индустрия;
- 2) относителната незначителност на туризма в ранните дни на развитието му;
- 3) умишлено водената политика да не се облага с данъци международният туризъм.

В изследване, посветено на факторите за развитие на туризма, Организацията за икономическо развитие (ОИСР) е посочила, че значителният растеж, който е отбелязан от туризма, се дължи частично и на относителната освободеност на индустрията от рестриктивни мерки, като например данъците и таксите за въздушен транспорт. Оценявайки социалното значение на туризма, както и неговия потенциал за икономическо развитие и генериране на заетост, ОИСР препоръчва да се продължи с прилагането на политика за въздържане от налагането на подобни рестриктивни мерки. Въпреки направените препоръки световната туристическа индустрия се облага с все повече данъци, като страните членки на ОИСР не правят изключение в това отношение.

¹⁵ Organization on for Economic Co-operation on and Development, Inventory of Measures Perceived as Obstacles to International Tourism in the OECD area, Paris, 1991, с. 37-42.

Добра картина за тенденциите в данъчната политика в туризма в световен мащаб ни дава данъчният барометър, замислен и осъществен от Центъра за данъчна политика в туризма на Мичиганския университет в САЩ.¹⁶ Барометърът е разработен по поръчка на Световния съвет по туризъм и пътувания и обхваща периода от юни 1994 г. до юни 2002 г. Основната му цел е да се следят промените в данъците, с които се облага туристическата индустрия в над 50 водещи световни дестинации. Барометърът представлява индекс на данъците, които се заплащат от хипотетичен турист във всяка от разглежданите дестинации. При изчисляването на барометъра се приема, че:

- туристът посещава дестинацията за пет дни;
- за периода на престоя наема кола;
- реализира четири нощувки;
- храни се три пъти дневно и общият брой хранения за периода е дванадесет;
- туристът пристига и заминава от дестинацията със самолет.

Като базови стойности са заложили данъците към 15 юни 1994 г. Данъчният барометър предоставя детайли за данъците в следните ключови области:

- данъци, свързани с храненето на туристите;
- данъци, свързани с настаняването на туристите;
- данъци, свързани с наемането на коли;
- данъци, които се заплащат на летищата при пристигане и заминаване.

Резултатите от данъчния барометър показват, че за периода на изследване (1994 – 2002 г.) данъците, които заплащат туристите, са се увеличили в 44 от разглежданите 52 водещи световни дестинации, като най-голямо нарастване е отбелязано в Сидни, където общият индекс в средата на 2002 г. достига стойност от 1212 (при базова стойност 100 през юни 1994 г.). Основната причина за този ръст се дължи на въвеждането на нови данъци, с които се облагат туристите. Следват Пекин (стойност на общия индекс 255), Бостън (187), Хонолулу (187) и Мексико Сити (174). Само в осем от разглежданите дестинации е отбелязан спад в индекса, като най-ниска стойност се наблюдава в Мумбай (64). Следват Хонконг (74), Делхи (87), Ню Йорк (89), Атина (89), Прага (91).

Интерес представлява и разбивката на общия индекс на отделни индекси за данъците, които се заплащат за настаняване, хранене, коли

¹⁶ World Travel and Tourism Council, World Travel and Tourism Council Tax Barometer, London, 2002, p. 2-7.

под наем и летища. Най-нисък ръст отбелязва индексът за данъците за настаняването, чиято средна стойност за разглежданите дестинации е 139,87. С малко повече са се увеличили данъците за храненето (142,12), докато най-голям растеж е отбелязал индексът за данъците, които се заплащат на летищата (194,75).

Съгласно едно изследване на Международната асоциация за въздушен транспорт (IATA) един от най-сериозно засегнатите сектори по отношение на налаганите данъци е въздушният транспорт. От 1989 г. асоциацията поддържа база данни с данъците и таксите във въздушния транспорт в цял свят. Само за периода между 1989 г. и 2002 г. броят на данъците и таксите се е увеличил от 620 на 1720, което е нарастване със 177%.¹⁷

ДДС в туризма

По отношение на облагането с данъци в сферата на туризма много голямо значение има облагането с данък върху добавената стойност. В България се провежда политика на насърчаване редуцирането на данъчното облагане с този данък. Например до 2011 г. размерът на данъка върху добавената стойност беше 7%, след което се вдигна на 9%. Като към това плащане се прибавят и плащанията за т.нар. туристическа такса, увеличаването на размерите на данъка върху недвижимите имоти и таксата за битови отпадъци, то общото финансово бреме в туристическата индустрия твърде много се оскъпява.

Няколко години редуцираната ставка в размер на 7% се прилагаше само при настаняване, предоставено от хотелиер към туроператор в случаите на организирани пътувания. Същевременно обаче за индивидуални туристи се прилагаше стандартната ДДС ставка и по този начин те бяха неравнопоставени спрямо туристите, които пътуваха организирано. По този начин не се отчитаха две основни тенденции на световните туристически пазари от последните години – навлизането на нискотарифните авиокомпании и все по-честото използване на интернет за директни резервации на туристически услуги. Така чрез данъчната политика в туризма се влияеше негативно върху структурата на туристическия поток към страната и същевременно се стимулираха пътуванията на български граждани към курортите на конкурентните държави, където се прилагат редуцирани ДДС ставки за настаняване в хотели. Тъй като този режим на практика

¹⁷ International Air Transport Association, IATA List of Ticket and Airport Taxes and Fees, Montreal, 2002, p. 5.

предполагаше прилагане на две различни ставки за една и съща услуга, очаквано беше получено предупреждение от Европейската комисия за коригиране на законодателството. Така от 1 април 2011 г. редуцираната ставка беше повишена на 9%, но с разширен обхват – настаняване, предоставено от хотелиер, без значение дали става въпрос за организирани или индивидуални туристи. Може да се каже, че за българските хотелиери промяната определено донесе повече възможности, при това без задължително обвързване на продажбите с туроператорите. От една страна, те станаха по-желани сред туристите, които организират пътуванията си самостоятелно. От друга, конкуренцията за свободните туристи се засили, което насърчи предприемчивостта на хотелиерите. Когато те изготвят своите пакети от услуги, е важно да се има предвид, че не всички туристически услуги се ползват от намалението на ставката на ДДС. Ограничение поставят както местните закони за ДДС и за туризма, така и последователната позиция на Европейския съд за стеснително тълкуване на изключенията в ДДС облагането. От друга страна, разясненията, дадени от същия този съд, дават немалко възможности за планиране. В Таблица 6 са посочени размерите на ДДС за стандартни услуги за хотели и ресторанти в страните от ЕС.

Таблица 6. ДДС в туризма в страните ОТ ЕС

| Държава | Размер на ДДС | | | Държава | Размер на ДДС | | |
|-----------------|---------------|--------|-------------|-------------|---------------|--------|-------------|
| | стан-дартна | хотели | ресто-ранти | | стан-дартна | хотели | ресто-ранти |
| Австрия | 20 | 10 | 10 | Италия | 20 | 10 | 10 |
| Белгия | 21 | 6 | 12 | Ирландия | 21 | 13.5 | 13.5 |
| България | 20 | 9 | 20 | Люксембург | 15 | 3 | 3 |
| Кипър | 15 | 5 | 8 | Литва | 21 | 21 | 21 |
| Чехия | 20 | 10 | 20 | Латвия | 21 | 21 | 21 |
| Германия | 19 | 7 | 19 | Малта | 18 | 5 | 18 |
| Дания | 25 | 25 | 25 | Нидерландия | 19 | 6 | 6 |
| Испания | 18 | 8 | 8 | Португалия | 21 | 6 | 13 |
| Естония | 20 | 9 | 20 | Полша | 22 | 7 | 7 |
| Франция | 19.6 | 5.5 | 5.5 | Румъния | 24 | 9 | 24 |
| Финландия | 23 | 9 | 13 | Швеция | 25 | 12 | 25 |
| Велико-британия | 17.5 | 17.5 | 17.5 | Словакия | 19 | 19 | 19 |
| | | | | Словения | 20 | 8.5 | 20 |
| Гърция | 23 | 11 | 11 | Унгария | 25 | 18 | 25 |

Източник: Ernst&Yang

С тези факти се обяснява лекото увеличение на цените на туристическите пакети в някои от нашите курорти – с около 2%, за да предотвратят загубите след края на сезона.

Световният съвет по туризъм и пътувания е разработил няколко основни принципа, които е препоръчително да бъдат спазвани при разработването и прилагането на данъчната политика в областта на туризма. Те са, както следва¹⁸:

- *Равнопоставеност* – всички сектори на икономиката трябва да бъдат третирани на равни начала по отношение на данъчното облагане. Равноправното третиране намалява дисбалансите, които могат да доведат до политически, социални и икономически проблеми.

- *Ефективност* – данъците трябва да генерират приходи, без да оказват значително влияние върху търсенето на дадена стока или услуга (освен ако данъкът не е въведен с цел модифициране на потребителското поведение). При определен праг приходите, получени от увеличението на един данък, могат да бъдат загубени поради намаленото търсене. От своя страна намаленото търсене изпраща негативни вълни към икономиката, тъй като са засегнати и съответните доставчици. Негативният ефект се разраства поради последващи загуби на данъчни приходи в други сектори на икономиката.

- *Простота* – сложните данъчни системи намаляват приходите чрез административните разходи. Тези разходи включват както тези, които се поемат от правителството в процеса на събиране на данъците, така и тези, които се заплащат от данъкоплатците. Една от целите на добрата данъчна политика е да достигне възможно най-високо съотношение „данъчни приходи спрямо вложените средства за събиране на данъците“.

Принципът на простотата на данъчното облагане също така изисква да има яснота относно размера на данъчните ставки и целите, за които ще бъдат използвани събраните приходи.

- *Безпристрастност* – безпристрастното генериране на приходи следва от концепцията за равнопоставеност. При безпристрастно събиране на данъци е неоснователно да се въвеждат специални данъци и такси за определени стоки и услуги. Тези видове данъци често се прикриват чрез езика и терминологията, които скриват истинските намерения за налагането им. Въпреки че специалните данъци и такси

¹⁸ World Travel and Tourism Council, Taxing Intelligently – a report by the WTTC task force, London, 2002, p. 21-33.

на пръв поглед може да изглеждат незначителни, те бързо могат да се натрупат и да се превърнат в неоснователно бреме за сектора.

- *Стимулиране на растежа* – данъчните преференции трябва да бъдат налагани, като се основават на определена цел за стимулиране на растежа. Данъци, които подкрепят инфраструктурата, биха довели до привличане на инвестиции и последващо увеличение на заетостта. Когато данъците станат прекалено високи, икономическият растеж се забавя.

Центърът за данъчна политика в туризма към Мичиганския университет е разработил следните насоки, които са препоръчителни за спазване от страна на правителствата при формулиране на данъчната политика за туристическия сектор¹⁹:

- Данъчните власти трябва да изградят цялостна картина на индивидуалните данъци и такси в туризма и да сравнят тяхното ниво с другите стратегически отрасли.

- Частният сектор трябва да е активен участник във формулирането на данъчната политика в индустрията. Управляващите следва да се допитват до индустрията, когато обсъждат въвеждане на данък или такса върху определени туристически услуги, продукти или потребители.

- Данъците, които директно влошават конкурентоспособността и жизнеността на туризма, трябва да бъдат избягвани. Консултациите с туристическата индустрия могат да помогнат на правителствата да съберат необходимите средства, като се запази нивото на заетост и данъчната база.

- Правителствата трябва да третираят потреблението на туристически услуги от чуждестранни туристи като „невидим“ износ по същия начин, както се третира износът на стоки. Международният туризъм по своята същност е експортна индустрия. Данъчното облагане на входящия туризъм е равносилно на данъчното облагане на продукт, който се изнася.

- Увеличаването на данъчната база трябва да бъде с приоритет пред увеличаването на данъчните ставки. Стабилното икономическо развитие на туристическата индустрия ще доведе до увеличаване на приходите, ако данъците не затрудняват пазарните процеси.

- Политиката за развитието на туризма трябва да бъде в съответствие с фискалната политика. Това изисква изследване на

¹⁹ www.traveltax.msu.edu

данъчните инструменти, прилагани във всички сектори, съставляващи туристическата индустрия.

○ Данъците в туризма трябва да бъдат лесни за администриране и събиране. Налагането на данъци, които са трудни за събиране, води до увеличаване на разходите на правителството и на туристическата индустрия, които могат частично или изцяло да неутрализират нетните приходи на двете страни.

○ Необходимо е да се насърчават образованието и изследванията на ефектите на данъците в туризма. Много от хората, отговарящи за формулирането на политиката, не познават в пълна степен обхвата и икономическата сила на туризма. Трябва да се полагат всички необходими усилия, за да бъдат запознати управляващите с реалностите на данъчната политика в туризма.

Така изложените препоръки биха могли да бъдат съотнесени към българската действителност и евентуално да се открият някои от тях, чието приложение би било особено удачно и ефективно. Анализът показва, че в България не се провежда специална данъчна политика в туризма, а до голяма степен има основания да се обмисли такъв вариант. Един от основните проблеми е свързан с липсата на ефективно взаимодействие между правителството и частния сектор по този въпрос. Правителството налага данъци в туризма, без да са направени предварителни оценки за въздействието на промените в данъците върху конкурентоспособността на туристическия отрасъл в България. В особена степен това важи за данък добавена стойност в хотелиерството. При разглеждането на въпроса за данъчните приходи от туризма се гледа краткосрочно, като приоритет е максимизиране на приходите в краткосрочен период, а не увеличаване на данъчната база, което впоследствие да доведе до по-високо абсолютно ниво на данъчните приходи. От гледна точка на развитието на туристическия отрасъл в България и актуалните му проблеми би било много уместно да се приложат данъчни стимули, с които да се цели повишаване на качеството на туристическия продукт. Тези стимули могат да бъдат насочени както към поддържане на високо ниво на материално-техническата база (по линия на данъка върху недвижимите имоти), така и към повишаване качеството на обслужването (по линия на корпоративното подоходно облагане).

Значително по-сериозна трябва да бъде и ролята на частния сектор при формулирането на данъчната политика в туризма. Необходимо е бизнесът и неправителствените организации да имат активно участие при изследванията и разработките относно

въздействието на различните данъци и такси и да предлагат варианти, при които да бъдат защитени интересите на всички заинтересовани лица, а не само на предприятията от туристическия отрасъл. Разбира се, за да се случи това, е необходимо и значително насърчаване на изследванията в областта на данъчната политика в туризма.

Необходимо е да се отбележи, че за да може да се приложи ефективна данъчна политика в туризма в България, задължително условие е преди това като база да има ясно формулирана и провеждана туристическа политика, която да очертава насоките за бъдещото развитие на отрасъла в страната и едва след това да бъдат използвани инструментите на данъчната политика, за да се постигнат заложените цели.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Няма съмнение в перспективността и бъдещето на развитието на туризма чрез увеличаването на неговата конкурентоспособност и превръщането на България в една от предпочитаните туристически дестинации в света. Най-важният аспект в тази насока е осигуряването на надеждно и разнообразно по форма финансиране, което да стимулира предприемачите да инвестират в този приоритетен отрасъл на икономиката. Поне три са основните предпоставки за това:

- усъвършенстване на уменията за писане на проекти при кандидатстване за финансиране от европейските фондове и програми;
- облекчаване на условията за достъп до тези фондове чрез елиминиране на възможностите за бюрокрация и корупция на процедурите при кандидатстване за тях;
- гъвкаво кредитиране на туристическия отрасъл;
- въвеждане на облекчения при данъчното облагане на туристическите услуги.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Финансиране на дейностите в туризма“, изпълняван в периода 2014 – 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воденска, М. Основи на туризма. София, 2006.
2. Войнова, Я. Селски туризъм. Университетско издателство „Н. Рилски“, 2008.
3. Дончев, Д., М. Пенерлиев. География на туризма на България. В. Търново, 2009.
4. Китанов, Я. Световната финансова криза и туристическата индустрия. Доклад на Международна научна конференция на ВУАРР, „България на регионите“, сп. „Ново знание“, бр. 1, 2013.
5. Константинова, Сн., А. Конарев и кол. Наръчник по ресторантьорство и хотелиерство. Т. 1 и т. 2. Раздел: Финанси. С. РААБЕ – България, 2000 – 2006.
6. Кръстев, В. Основи на туристическото странознание. Варна, 2012.
7. Пенерлиев, М. География на туризма. Шумен, 2011.
8. Русев, М. Обществена география. Избрани лекции, методологични указания, информационни ресурси. София, 2008.
9. Стоичкова, О. Проблеми на повишаване конкурентоспособността на българската индустрия, Доклад на Международна научна конференция на ВУАРР, „България на регионите“, сп. „Ново знание“, бр. 1, 2013.
10. Стоянова, Сн. Планиране и финансиране на селския туризъм. Ръководство за мениджъри. Университетско издателство „П. Хилендарски“, Пловдив, 2008.
11. Hall, C., S. Page, The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space, London. 1999, 2002.
12. Vellas, F., L., Becherel, International tourism, Hampshire, 1995.
13. Българска асоциация за алтернативен туризъм. <http://baatbg.org>
14. Държавна агенция по туризма. www.tourism.government.bg
15. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България (2008 – 2013)
www.tourism.government.bg/files/politics/file_204_bg.pdf
16. Национален стратегически план за развитие на селските райони (2007 – 2013 г.) <http://www.mzgar.government.bg/OfficialDocuments/Strategies/NSRDP-proect.pdf>
17. Програма за развитие на селските райони (2007 – 2013 г.).
18. Закон за туризъм 1. World Travel and Tourism Council, World Travel and Tourism Council Tax Barometer, London, 2002.
19. World Tourism Organization, Tourism taxation – Striking a fair Deal, World Tourism Organization, Madrid, 1998.
20. World Travel and Tourism Council, Taxing Intelligently – a report by the WTTC task force, London, 2002.
21. World Tourism Organization, Tourism taxation in Asia and the Pacific, World Tourism Organization, Madrid, 1998.

22. International Air Transport Association, IATA List of Ticket and Airport Taxes and Fees, Montreal, 2002.

23. Gooroochurn, N., M. Sinclair, The Welfare effects of Tourism Taxation, Discussion papers No 2003/2, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, Nottingham Univerisity Business School, 2003.

24. Organization for Economic Co-operation and Development, Inventory of Measures Perceived as Obstacles to International Tourism in the OECD area, Paris, 1991.

25. www.traveltax.msu.edu

26. www.unwto.org

27. www.wtoc.org

Мариана Асенова – Великова

**СИСТЕМАТА НА МАРКЕТИНГОВА
ИНФОРМАЦИЯ В БАНКИТЕ –
ТРАДИЦИИ И НОВАТОРСТВО**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Проф. д-р Мариана Георгиева Асенова има над 30-годишен преподавателски стаж. Възпитаник е на Френската гимназия във Враца и ВФСИ „Д. А. Ценов“ – Свищов, специалност „Финанси, кредит и застраховане“. През 1990 г. придобива докторска степен по икономика, от 1999 г. е доцент, а от началото на 2014 г. е професор в областта на финансите и банковото дело.

Работи във Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – гр. Пловдив, където е ръководител на катедра „Финанси“. Преподава също в Международно висше бизнес училище – гр. Ботевград.

Научните интереси на проф. д-р Асенова са в областта на финансите, банковото дело и капиталовите пазари. Има публикувани над 100 научни труда в страната и в чужбина.

Специализирала е по въпросите на борсите и банките в Москва – Финансовый Университет при Правителството Российской Федерации, в Лисабон – Instituto Superior de Economia e Gestao, в Париж – Ecole supérieure de commerce de Paris (наследник на най-старото бизнес училище в света), и ESCP-Europe – Paris, London, Berlin, Madrid, Torino и др. Всичко това допринася за разширяване на нейния кръгзор, трансферирането на чуждия опит в областта на банковото дело и фондовите борси, както и за задълбочаване на научните изследвания и усъвършенстване на педагогическите й умения.

Проф. д-р Мариана Асенова е уважаван ръководител и предпочитан преподавател, екстровеерна личност, която умее да работи в колектив и насърчава приложението на добрите практики в областта на образованието и финансовите науки.

SYSTEM OF MARKETING INFORMATION IN BANKS – TRADITIONS AND INNOVATIONS

Mariana Asenova

Abstract

In theory and in practice, it has been proven that the marketing activity is crucial for development, competitiveness and success of any institution. One of the elements of the strategic marketing management is precisely the system of marketing information. The aim of the studios is to find out, assimilate and analyse the elements in the system of the marketing information in the banks and on this basis to address the main issues in the activities of the Central Credit Register, the creation of private credit bureaus, and the usage of the bank outsourcing and as a new way of market research in banks.

Keywords: bank marketing, strategic bank marketing management, Central Credit Register, bank outsourcing.

СИСТЕМАТА НА МАРКЕТИНГОВА ИНФОРМАЦИЯ В БАНКИТЕ – ТРАДИЦИИ И НОВАТОРСТВО

Мариана Г. Асенова

Резюме

В теорията и практиката е доказано, че маркетинговата дейност има определящо значение за развитието, конкурентоспособността и успеха на всяка институция. Един от елементите на стратегическия маркетингов мениджмънт е именно системата за маркетингова информация. Целта на студията е да се изведат, обособят и анализират елементите в системата на маркетингова информация в банките и на тази основа да се посочат основните проблеми в дейността на централния кредитен регистър в банките, създаването на частни кредитни бюра и използването на банковия аутсорсинг като нов начин на маркетингови изследвания в банките.

Ключови думи: банков маркетинг, стратегически банков маркетингов мениджмънт, централен кредитен регистър, банков аутсорсинг.

ВЪВЕДЕНИЕ

Информацията е в основата на всяка човешка, стопанска и управленска дейност. Благодарение на наличието на подробна, точна, навременна информация банката реагира на промените в обкръжаващата среда, анализира и сегментира пазара, бори се с конкуренцията, планира, организира и контролира правилно своята дейност.

Целта на студията е да се характеризира и анализира в теоретичен и отчасти в практико-приложен аспект един от елементите на банковия стратегически маркетингов мениджмънт, а именно системата за маркетингова информация и се подчертае значението ѝ за развитието и конкурентоспособността на кредитната институция.

За реализация на целта се обособяват две глобални задачи:

Първо, изследване в теоретичен аспект на елементите в системата на маркетингова информация в банките и синтезиране в практико-приложен аспект на основните проблеми в дейността на централния кредитен регистър в банките и създаването на частни кредитни бюра в България;

Второ, характеризиране на банковия аутсорсинг в теоретичен аспект като нов начин на маркетингови изследвания в банките и предложение за неговото приложение в българската практика от юридически, икономически и технически аспект.

ИНФОРМАЦИЯТА – ОСНОВА НА МАРКЕТИНГОВОТО УПРАВЛЕНИЕ НА БАНКИТЕ

Информацията е потребна на всички равнища на банковото управление. На стратегическо ниво, тя се оприличава със значението, което имат генералните сведения за армията. Последните сами по себе си не печелят битките, но позволяват те да бъдат спечелени. По същият начин висшето ръководство на банката трябва да разполага с обширна, разнообразна информация, обхваната в стройна, цялостна система. В много банки се създават специални информационни отдели, често наричани „отдели за маркетингови изследвания и информации“. В условията на остра, конкурентна борба, тези отдели са истински Intelligence service за банката. Те ѝ позволяват във всеки момент да разполага с ефикасни сведения за своето собствено състояние, за конкурентите, за промените в околната среда и т.н. Именно въз основа на събраната информация за целите на банката се изготвят специфични маркетингови проучвания и анализи, които позволяват на висшето

ръководство да вземе правилни стратегически решения. На оперативно ниво информацията е необходима както на банките централи, така и на цялата клонова мрежа. При изпълнението на плановете, при осъществяване на целия маркетингов комплекс от дейности, за бързото и качествено обслужване на клиентите, за извършване на вътрешнобанковия контрол и т.н. също е необходима база от данни, систематизирани в информационни потоци. Освен това **информацията винаги се разпространява в права и обратна посока.** Въз основа на събраните, обработени и анализирани сведения и данни висшето ръководство получава обратна информация за състоянието на регионалните пазари и мястото на клоновете на тях. При необходимост се реагира дори чрез коригиране на приетата стратегия за пазарно поведение на някои от тези сегменти.

Отговорността по създаването на цялостна информационна система или система на маркетингова информация в банките носи маркетинговият директор или началникът на отдел „Маркетингови изследвания и информации“, а конкретното събиране и обработване на данните е дело на служителите (специалистите) в отдела. Естествено, цялата тази дейност се извършва с помощта на електронноизчислителни средства, модерни компютри, комуникационни и информационни технологии. Важното в случая е да се подчертае, че **целта на отдела е не да събира всевъзможна информация, а такава, която е необходима при вземането на решенията.** Затова информацията се класифицира в отделни групи – напр. по **източници на информация** (вътрешни и външни), по продукти и клиентелен признак, по степен на влияние на отделните елементи на макро- и микросредите и др. Понякога вътрешните и външните източници на информация не са достатъчни, за да се реши конкретна пазарна ситуация. В такива случаи се правят **специални маркетингови проучвания и изследвания**, като напр. продуктови, рекламни, пласментни проучвания; анализ на мотивациите за потребителско поведение; демографски анализи и др. Все по-голямо значение придобива не само събирането и обработването на информацията, а и нейното особено анализиране. В последните десетилетия големите американски и европейски банки разработват **системи за анализ на маркетинговата информация.**

СИСТЕМАТА ЗА МАРКЕТИНГОВА ИНФОРМАЦИЯ В БАНКИТЕ

В специализираната литература системата за маркетингова информация се определя като „постоянно действаща система от взаимносвързани хора, оборудване и процедура, предназначена за събиране, класификация, анализ, оценка и разпространение на актуална, своевременна и точна информация за използването ѝ от разпоредителите в сферата на маркетинга с цел усъвършенстване на планирането, прилагането в реалност и контрол върху изпълнението на маркетинговите мероприятия“.¹ В тази дефиниция могат да се очертаят следните важни моменти:

- Системата на маркетингова информация е „постоянно действаща“, т.е. потокът от информация е непрекъснат. Перманентно за нуждите на банката постъпват и се обработват различни сведения и данни;

- В тази система основно място заемат специалистите, които, ползвайки съвременен техническо оборудване, по определен ред събират, класифицират, обработват, анализират, оценяват и разпространяват информацията;

- Маркетинговата информационна система не съществува самоцелно, а е свързана с всички етапи на маркетинговото управление в банките. Приема се, че тя е първият важен елемент при анализа на пазарните възможности на институцията², но реално е предпоставка и основа за провеждането на всички маркетингови дейности – от планирането до контрола.

Системата на маркетингова информация в банките се разглежда като спомагателна система на маркетинговия мениджмънт, наред със системата на стратегическо и оперативно планиране, системата на организация на маркетинговия отдел и системата на маркетингов контрол. От гледна точка на оперативното маркетингово управление, действително осъществяването на продукцията, ценовата, дистрибуционната и комуникационната политика е най-съществената част от процеса на управление, но всички конкретни маркетингови дейности се нуждаят от предварително проучване и планиране, осъществяване от специалисти в съответните отдели и контролиране на постигнатите резултати. **Ето защо маркетинговата информация присъства във всички етапи на маркетинговото управление в**

¹ Котляр, Ф. Основи на маркетинга, част първа. С., 1993, с. 70.

² Пак там, с. 41.

банките и трудно може да бъде отделена от останалите маркетингови дейности. Доколкото необходимата информация се събира и класифицира в база от данни и с това се занимават специалисти в конкретен отдел, дотолкова може да се разглежда като самостоятелен етап в процеса на маркетингово управление в банките.

Системата на маркетингова информация в банките оказва влияние не само при подготовката и вземането на решения, но има и определен финансов ефект върху дейността на банката. Самата информация може да се разглежда като специфичен ресурс за банката, който има своя цена. Погрешно би било отделът „Маркетингови изследвания и информации“ да се впусне в събирането на всевъзможни сведения и данни, без да се знае предварително целта на проучването. Конкретната и надеждна информация води до бързото вземане на решение, изпреварване на конкурентите и естествено до реализирането на печалба. Обратно, дублирането на информация (от вътрешни източници и външно, кабинетно проучване) увеличава разходите за получаването ѝ, а неточните данни и сведения могат да доведат и до финансови загуби.

Традиционно маркетинговата информационна система се разглежда като съвкупност от четири подсистеми³:

- система за вътрешна отчетност;
- система за събиране на външна, текуща маркетингова информация;
- система за маркетингови изследвания;
- система за анализ на маркетинговата информация.

Системата за вътрешна отчетност съдържа статистическа, счетоводна и финансова информация за състоянието на банката – собствен капитал, привлечен капитал, резерви, отпуснати кредити по видове клиенти, вложения в ценни книжа, банкова печалба и загуби и др. **Система за събиране на външна, текуща маркетингова информация**, която обхваща сведенията и цифровите данни, получени от външни източници на информация. В банката ежедневно се събира информация за промените в правната, икономическата, социалната, демографската, културната и т.н. среди, за конкурентите, клиентите, посредниците и др. **Системата за маркетингови изследвания** или

³ Вж. подр. Котлър, Ф. Основи на маркетинга, част първа, С., 1993, с. 70 – 93; Маринова, Е. Маркетингът – продукт, реклама. Варна, Princesps, 1992, с. 51 – 62; Спищын, О. И., О. Я. Спищын. Маркетинг в банке. АО „Тарнекс“ 1993, с. 77 – 99; Badoc, M. Marketing management dans la banque et l'assurance europeennes. Paris, Les Editions d'organisation, 1986, p. 165 – 195.

проучвания понякога не се отнася към системата на маркетингова информация, а се разглежда отделно.⁴ Действително при маркетинговите проучвания информацията не се акумулира перманентно, а се събира при нужда, т.е. когато се изследва определена маркетингова ситуация или проблем. Но това не означава, че тези, макар и специфични и осъществени в определен порядък проучвания, не са част от цялостния поток на информация в банката. **Системата за анализ на маркетинговата информация** е предназначена да улесни вземането на решение, като с помощта на статистически и математически методи се изработват банкови модели на управление.

В зависимост от източниците на информация първите две подсистеми в цялостната маркетингова информационна система могат да се нарекат: система на вътрешна информация и система на външна информация за банката.

СИСТЕМА ЗА ВЪТРЕШНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА БАНКАТА

Събирането и класифицирането на вътрешната банкова информация се осъществява в три насоки или подсистеми:

- информация за вътрешното състояние на банката;
- информация за пазара, клиентите на банката и продуктите, и услугите, които те ползват;
- информация за нормативната уредба и администрацията в банката.

Информацията за вътрешното състояние на банката трябва да се намира на разположение на стратегическите банкови мениджъри в централата, както и на директорите на клонове и да им осигурява необходимата справочна, диагностична, аналитична и прогностична информация. Всеки ден в банката се натрупва огромна по обем информация, която се събира и обработва от специалистите в дирекциите и отделите. Тези данни е необходимо да бъдат съхранявани и класифицирани по отделни критерии и признаци така, че да могат да бъдат откривани бързо и ползвани навреме по предназначение.

Основните източници на вътрешна информация са: балансите и отчетите за приходите и разходите на банката; отчетите на отделите в банката – влогонабиране, кредитиране, ценни книжа, валутен, счетоводен и т.н.; **различни справки** – напр. за банковата ликвидност, капиталовата адекватност, състоянието на банковите активи и пасиви, депозитната база, рентабилността на

⁴ Вж. Прайд, У., О. Феръл. Маркетинг: концепции и стратегии. С., ФорКом, 1994, с. 100 – 119.

банковите вложения, банковата печалба, резерви и загуби, несъбираемите вземания и др.; **актове от проверки и ревизии; статистическата и счетоводната отчетност.**

Цялата информация, засягаща вътрешното състояние на банката в развитите страни, а вече и в по-големите български банки, се систематизира и обобщава в база данни. В някои институции тези данни се намират в информационния отдел, но в повечето големи европейски банки те се съхраняват в маркетинговия отдел и по-конкретно са обхванати в маркетинговата вътрешна информационна система. Последната е детайлизирана на подсистеми, като напр. депозитна база, банкови вложения и др. Голяма част от информацията в системата е от значение при изработването на матрицата SWOT и при анализа на силните и слабите страни на самата банка.

С широко приложение е втората насока, в която се използва системата за вътрешна информация за банката, а именно: **информацията за пазара, клиентите на банката и продуктите и услугите, които те ползват.**

Данните, които притежава банковата институция за своя пазар, се получават по два начина. Първият начин е по пътя на вътрешното събиране на информация, т.е. самата банка чрез използването на различни икономически, статистически, математически методи и модели и благодарение работата на служителите си в отделите получава необходимите ѝ сведения. Вторият начин се използва по-рядко и е по пътя на външните проучвания и анализи, т.е. банката възлага на специализирани служби да съберат интересуващите я данни за състоянието на пазара и частта, която тя заема на него. В този втори случай информацията за пазара се отнася към външните източници на информация. Ето защо с основание може да се твърди, че данните, които събира банката за своя пазар, са с двойк произход.⁵

Познанията за клиента, неговото правно-икономическо състояние, потребности, желания, ползвани услуги, коректност във взаимоотношенията с банковите институции, възвръщаемост на кредитите и т.н. са основни за добрата работа на всички отдели, свързани с обслужването на потребителите на банкови продукти и услуги. В този аспект нуждата от обхватна клиентелна информация отдавна е разбрана от банките в развитите страни. Още преди повече от 30 години в тези институции се прави централна картотека, съдържаща както персонални характеристики на клиента, така и

⁵ В зависимост от конкретните цели, които си поставя банката със събирането на данни за пазара, може да се твърди, че преобладават вътрешните или външните източници на информация.

сведения за продуктите и услугите, които той ползва.

Изработването на подобна **банкова клиентелна картотека** определено има големи предимства за институцията, но изисква решаването на редица проблеми. Положителните страни на картотеката се свързват най-вече с възможността банката във всеки момент да има сведения за съществуващата и потенциалната индивидуална и институционална клиентела, нейните характеристики и състояние, очаквания и предпочитания. Наличието на такава събрана, групирана и аранжирана информация не само че улеснява банката, но спестява време и ресурс при провеждане на изследванията.

Проблемите при изграждането на банкова клиентелна картотека, които банките на развитите страни отчитат, са свързани с:

- изработването на концепция за работата на системата за събиране на информация в банковата картотека;
- определяне на общите и специфични информационни потоци;
- селектирането от цялата събрана информация на онази, която ще е необходима при изграждането на картотеката;
- определяне на порядъка, в който ще се събира информацията в картотеката. Въпросът, който възниква тук, е: „Прекомерно големият брой достигнати критерии за един клиент няма ли да създаде трудности при оперирането в картотеката?“;
- техническото, финансовото и кадровото осигуряване на работата по функционирането на картотеката. Въпросите, които се очертават, никак не са маловажни. Специалистите се вълнуват: „Възможно ли е технически да се осъществи подобно събиране на информация и какъв софтуер да се приложи?“ „Каква цена ще плати за това банката и има ли съпоставимост между ползите и разходите?“ „Има ли подготвени кадри и създаването на т.нар. автоматизирани работни места няма ли да промени кадровата политика на банката?“ Съкращаването на част от персонала би довело до „сблъсък“ със синдикатите. Въпросите действително са много и засягат широк кръг от дейности и хора.

Независимо от посочените трудности банките приемат като необходимост създаването на клиентелна картотека и днес във всички големи, модерни банкови институции тя съществува. След нейното въвеждане в институцията няма тайни относно банковата клиентела и ползваните от нея банкови продукти и услуги.

Практика на развитите страни при изграждането на банкови клиентелни картотеки

Още преди да навлезе електрониката повсеместно в банковото обслужване, кредитните институции имат свои картотеки, в които събират сведения за своята индивидуална и институционална клиентела. Проблемът преди бе, че всяка банка събира сведенията сама за себе си и няма обмен на информация между институциите, както и фактът, че бе много трудно да се изгради връзка между клиентелната и продуктовата картотека. Ето защо още преди 15 – 20 г. в западните банки⁶ нарязва необходимостта от изграждането на централна оперативна банкова картотека. Този процес никак не е лесен, защото са необходими много средства и време. Така например френските банки *Societe Generale* и *Chambre syndicale des banques populaires*, както и немската *Dresdner bank*, работят около 10 години, за да си съставят централизирана картотека. Изготвянето ѝ зависи много от големината на банката и развитостта на нейната клонова мрежа, както и от административната ѝ структура. По тези причини много по-трудно е изграждането на подобна картотека в депозитните банки или в спестовните каси. Също така важно е да се прецени дали картотеката трябва да функционира на регионално или на национално ниво. В този план централната картотека събира информация в няколко насоки:

- Тя акумулира сведения и изготвя база от данни за връзките „операции – клиенти“;
- В нея се обхващат разнообразни характеристики за клиентелата така, че да се направи впоследствие добро изследване върху отделни нейни сегменти. Специално внимание се обръща на съдените клиенти или тези, които са имали проблеми с възвръщаемостта на кредитите;
- Събирането на сведения засяга и мотивите за ползването на един или друг банков продукт и услуга, както и частта на услугите, която се пада на всеки индивидуален или институционален клиент.

Информацията в централната картотека за отделния клиент е многообхватна. Тя може да предостави за ползване над 1200 финансови и около 800 социално-демографски характеристики. Естествено, че от особена важност са предимно финансовите характеристики, но от социално-демографските банката може да направи ценни изводи за вида на клиентелата и нейните бъдещи

⁶ В следващото изложение се ползва френската практика на изграждане и ползване на банкови клиентелни картотеки. Вж. подр. Bados, M. Marketing management dans la banque et l'assurance europeennes. Paris, Les Editions d'organisation, 1986.

очаквания. Практиката показва, че банките невинаги имат възможност сами да се справят с набирането на необходимата информация за картотеката. В тези случаи те се обръщат към външни организации, които подпомагат дейността по попълването на базата данни. Стига се дори дотам, че лимитите за кредит се съгласуват с потенциалните възможности на клиентелата в даден град или регион за ползване на определени кредити или с големите магазини при потреблението на стоки и плащането с кредитни карти.

Централната банкова картотека има много функции, които в зависимост от потребностите от специализирана информация се ползват от дирекцията по маркетинг, както и от други дирекции и отдели в банката. **Може би най-често прилаганите опции на картотеката се свързват с навременното получаване на информация относно: банковата клиентела (национална и регионална, индивидуална и институционална); индивидуалните качества на клиентелата и използването от клиентелата на банковите продукти и услуги.**

По-добрите познания за банковата клиентела се постигат чрез характеризирането ѝ по определени признаци чрез използването на специфични методи на анализ. Индивидуалните и институционалните клиенти се обхващат по количествени и качествени критерии. В количествено отношение банката знае колко клиенти има за месеца, тримесечието, шестмесечието и годината и какъв процент са те от общия пазарен сегмент на съответната клиентела или при ползването на съответния продукт. Прави се съответно декомпозиране на клиентелата по категории: възраст, професия, семейно положение, доходи, брой на ползвани услуги и др. При качествено изследване на клиентелата също се ползва подобна декомпозиция, но се отчита влиянието на имиджа на банката при избора на отделните категории клиенти. В тази насока програмата в банковата картотека дава възможност на базата на т.нар. факториален анализ да се характеризира представата (имиджът) на банката в очите на клиентелата, като тя се съпостави с тази на конкурентните институции. Често данните в централната картотека не са достатъчни, затова се прави и анкета сред клиентелата. Обикновено се подчертават онези критерии или се посочват онези характеристики, които дават най-точна представа за имиджа на банката. Така за всяка кредитна институция по еднакви критерии се прави разпределение на отговорите. После компютърните специалисти пристъпват към факториалния анализ, чрез който се съпоставят данните за различните

банки и се дава визуална представа за техния имидж. Тази техника в практиката е позната под името “brandmapping”.

По отношение на банковите услуги и тяхното ползване от клиентелата се прави друг анализ, който условно се нарича дискриминантен. В общи линии неговото значение се състои в това, че по пътя на елиминирането се стига до най-дискриминирания фактор, влияещ върху интензивността на ползване на даден продукт или върху снижаване на неговата рентабилност спрямо средната за банката. Например средната рентабилност на ползване на дебитните карти се изчислява, като от централната картотека се вземе средната сума по сметките за даден период и се раздели на броя на операциите. Рентабилността на ползване на услугата за всеки клиент може да се съпостави със средната за банката и да се търсят факторите, които влияят за по-ниските показатели. Последните се подреждат в низходящ ред на дискриминация и се стига до този фактор, който е най-малко дискриминиран. По този начин чрез данните в централната картотека се правят различни анализи и се формулират изводи, водещи до подобряване на банковото обслужване и до по-пълна съпоставимост между политиката на банката в областта на банковите услуги и реализацията ѝ на практика.

Централната картотека позволява да се получи **по-добро познание на индивидуалните качества на клиентелата**. В зависимост от тези качества на клиента се предлагат подходящите за него банкови продукти и услуги или пък банкерът за секунди, ползвайки базата данни в компютъра, се запознава със своя клиент. Спестява се време, намаляват се рисковете и се опростява процедурата при получаването на някои услуги. Достатъчно е на базата на ЕГН или БУЛСТАТ на клиента за него да се получи информация за: правния и икономически статут, финансовото му състояние, лоялността и коректността на взаимоотношенията с банката, броя и вида на сметките му, средната сума на депозитните, чековите и т.н. сметки, рентабилността на различните сметки, броя на притежаваните банкови услуги, възвръщаемостта на кредитите и др.

Отчитайки резултатите по определени критерии, програмата подрежда клиентите в отделни групи като напр. „съмнителни кредитополучатели“ или „сигурни кредитополучатели“. Предимството на централната картотека се вижда добре, когато клиентът застане пред гишето. Банковият служител, разполагайки с терминал (или мрежова станция) за връзка с централния компютър (или сървър), след като въведе входящите данни на клиента, на екрана пред него първо се

появяват една, две или три звездички. Те дават представа за интереса, който проявява банката към дадения клиент. Добрият, желаният клиент има например три звезди. Програмата позволява да се получат и много конкретни данни за съответния потенциален потребител на банкови услуги. Съществуването ѝ в големите европейски банки подобрява значително персоналният контакт между служителя на гишето и клиента. Ако банкерът привлече клиент с „три звезди“, той може да му даде определени преференции при ползването на някои услуги или да съкрати част от стандартните административни процедури по получаването например на потребителски кредит.

Картотеката дава възможност за **по-добро познание относно използването от клиентелата на банковите продукти и услуги**. За всеки клиент може да се получи информация за интензитета на потребление на едни или други банкови услуги, както и за способността му да купи определен нов продукт или пакет. Регистрирането на всеки клиент в картотеката става приблизително по следния ред⁷:

- код 0 означава, че клиентът не желае продукт X;
- код 1 – клиентът много малко се интересува от продукт X;
- код 2 – клиентът е заинтересован от продукт X;
- код 3 – клиентът вече притежава продукта;
- код 4 – това е код за анулиране в случай на грешка;
- код 5 – клиентът има продукта, но при конкурент;
- код 6 – продуктът ще бъде продаден на клиента.

Интересите на клиентите се следят непрекъснато, като информацията се получава от различни източници – вътрешни и външни за банката. Регистрирането на клиентите според интензитета на ползване на услугите, техните потребности и желания, а също и своевременното обновяване на информацията са много важни за институцията.

Развитието на дигиталната икономика и повсеместното ползване на интернет позволяват банката да разгърне своята дейност в нова, неподозирана доскоро насока. Така например, благодарение на централната картотека, тя може да информира по групи своите клиенти за новостите в банковото обслужване и възможностите на домашното банкиране (*home banking*), отдалеченото банкиране (*remote banking*) или електронното и интернет банкиране. Подобрява се работата по

⁷ Badoc, M. Marketing management dans la banque et l'assurance europeennes. Paris, Les Editions d'organisation, 1986, p. 172 – 173.

осъществяването на комуникационната политика в частта на рекламата. Потенциалните клиенти от групата с код 2 могат чрез своята електронна поща (e-mail), чрез т.нар. операция *mailing* да получат специализирана информация за предлаганите банкови продукти и услуги. Покупката на финансовите услуги чрез интернет реално става за секунди от дома или офиса. Всъщност на базата на клиентелната картотека банката, ако желае, може да изготви *годишен „баланс“ на взаимоотношенията на всеки клиент с банката.*

Централната картотека дава данни и за завоюването от банката на определени проценти от даден клиентелен или продуктов сегмент в региона или страната. Така например ако общото потребление на дебитни карти в страната е 100%, то на определена банка се пада съответен дял. По същия начин се изчислява и процентът на проникване на даден продукт на определен клиентелен сегмент. Първо, банката разбира какъв дял от индивидуалната или институционалната клиентела обслужва и след това изчислява колко от съответната клиентела ползва този продукт и какъв процент представлява това спрямо региона, страната или конкурентите. Резултатите се изчисляват за всеки клон, съпоставят се помежду им и се обобщават за централната като цяло. Броят на възможните таблици практически е много голям, защото, използвайки централната картотека, и по-конкретно клиентелната и продуктовата картотека, могат да се направят различни комбинации на изследвания по много признаци.

Българската практика при изграждането и функционирането на централен кредитен регистър на банките

Българските банки винаги са имали информация за своите собствени клиенти и услугите, които са им предоставяли. Всяка институция обаче е събирала и обобщавала данните сама за себе си и по критерии, които тя е смятала за целесъобразни. Целта на централния кредитен регистър е да направи на национално ниво един център, където перманентно да се акумулира информация от всички банки на територията на страната относно кредитната задлъжнялост на кредитополучателите. Нормативно дейността на централния кредитен регистър на банките се регламентира в Наредба № 22 на БНБ⁸.

⁸ Наредба № 22 за централен кредитен регистър на банките.

Още в началото на 90-те години започва подготовката за изграждането на **Национална система за междубанкова информация за кредитополучателите** от „Банксервис“ АД⁹.

Липсата на единна информационна система затруднява работата на банките при проучването на клиентите и особено на кредитополучателите. На основата на джентълменско споразумение банките решават частично проблемите си чрез въвеждането на справки и запитвания помежду си за определени клиенти. За съжаление невинаги този начин на работа дава добри резултати, защото някои банки се страхуват, че с предоставянето на информация на конкурентни институции ще отблъснат редовните си клиенти и могат да нарушат банковата етика или дори да издадат банкова тайна. Възползвайки се от отсъствието на подобна единна информационна система, редица кредитополучатели стават кредитни милионери.

За да престанат търговските банки да бъдат жертва на нелоялни кредитополучатели, поради липсата на модерни комуникации през 1998 г. **БНБ решава да влезе в ролята на посредник между банките с изграждането на централния кредитен регистър.**

В самото начало на своята дейност регистърът има три цели¹⁰:

- централизиране на информацията за кредитната задлъжнялост към банките и свързаните с тях лица;
- предоставяне на информация за кредитната задлъжнялост на клиентите им и свързаните с тях лица;
- обобщаване на събраната информация в регистъра и използването ѝ за нуждите на икономическия анализ на БНБ, за нуждите на управление „Банков надзор“, както и за нуждите на други потребители.

Като всяко начало, и това на съществуването на регистъра е трудно. Капацитетът на полезното му действие е твърде малък, защото търговските банки виждат смисъл в съществуването му предимно като център за получаване на обратна информация за клиентите. Някои чуждестранни банки в България са изградили собствени вътрешни регистри, на базата на подобно съществуващите в своите страни и

⁹ През 1994 г. тя се експериментира в Хасковския регион и обхваща 28 клона на 16 банки. Информацията, която се събира, е предимно за индивидуалните качества и състоянието на кредитополучателите. Въведени са различни показатели като например съотношението между отпуснатите и редовно обслужваните кредити. В този период много банки започват да изграждат собствени информационни системи, вкл. маркетингови информационни системи, където в отделни подсистеми като: «Лица», «Фирмено досие», «Продукт», «Конкуренти» и др. събират необходимите им данни за индивидуалната и институционалната клиентела, която обслужват.

¹⁰ Наредба № 22 за централен кредитен регистър на банките, ДВ, бр. 92, 7.08.1998, чл. 3.

смятат, че информационната система, която притежават, е посъвършена. Изпълнението на изискванията в наредбата създава редица трудности на търговските банки и те по обективни и независещи от тях причини невинаги могат да подадат пълна и достоверна информация.

По-съществените трудности, с които се сблъскват банките при експлоатацията на централния кредитен регистър в първите години на съществуването си, могат да се обобщят, както следва:

- В кредитния регистър не са обхванати всички кредити, а само тези в размер от 10 милиона лева или повече.

Това в началото създава проблеми на тези банки, които обслужват предимно индивидуалните клиенти.

- Банките трудно събират и подават информация за свързаните с кредитополучателите лица към централния кредитен регистър.

По принцип самите кредитополучатели трябва да декларират и да посочат родството си по права и съребрена линия до трета степен. В това отношение банките нямат механизъм, с който да задължат клиентите да подадат тези сведения, а често се случва, че самият кредитополучател не знае подробности за кредитната задължнялост на свързаните с него лица. В банковите среди се изказват мнения, че е необходимо да се преразгледа и уточни информацията, която трябва да се събира за свързаните лица, като се намали и стесни обхвата ѝ.

- Правата и обратната връзка към и от централния кредитен регистър е затруднена.

Повечето кредитни институции с известни трудности се справят с подаването на необходимите данни, но повечето твърдят, че не могат да се ползват от обратната информация. За банките е от особена важност да знаят експозициите на техни клиенти при конкурентни институции. И макар че според действащата тогава наредба БНБ е длъжна да обобщи представените отчети от търговските банки и ежесечно до 20-то число да изготви и предостави информация за общата кредитна задължнялост на клиентите им и свързаните с тях лица към банковата система, тя невинаги е готова с тази информация или поради посочените причини данните са непълни. Заложените в наредбата възможности за получаване на информация са добри, но поради неподаването от всички банки на всички данни регистърът не може да събере и предостави пълна информация, а това до известна степен го прави неефективен.

- Невинаги информацията в регистъра е навременна и точна.

За да функционира оптимално регистърът, базата от данни в него трябва да е пълна и точна. За целта всички банки, вкл. и

фалиралите, е необходимо да подават своевременно информацията. Трудностите, които се срещат тук, са свързани, от една страна, с различния обхват и клонова мрежа на банките, а от друга страна, с липсата на достатъчно човешки ресурс, който да осъществи тази дейност. Редица кредитни институции нямат централизирана система за събиране на информацията от клоновете. Затова в практиката се изказват мнения, че по-целесъобразно е информацията да се събира на ниво банкова система.

- При подаването на информацията за кредитния регистър банките срещат и технически трудности.

Най-вече те се свързват с изпълнението на заложените в наредбата срокове за изпращане на данните. Така например информацията за кредитите и свързаните с тях лица трябва да се подаде в срок до 5 дни след откриване на кредита. За големите банки със стотици клонове в страната и особено тези, които отпускат многобройни потребителски кредити, изпълнението на горното изискване се оказва физически неосъществимо. Затова повечето банки подават информацията ежеседмично, дори ежемесечно.

- Открит остава и въпросът „Кой трябва да се занимава с обобщаването и подаването на информацията към регистъра?“.

Дали това да бъде специално назначен служител, или с тази дейност да се натоварят кредитните инспектори? Тази дейност в приоритетите на кой отдел влиза – „Кредитиране“, „Информационни технологии“ или „Маркетинг“?

- В началото на дейността на регистъра се откроява още един проблем, а именно дублирането на подаваната информация от банките.

От една страна, тя се подава според изискванията на наредбата на хартиен или магнитен, оптичен или електронен носител, но от друга страна, продължават да се изпращат старите форми и справки. Данни се изпращат както към БНБ, така и към БКК (Банковата консолидационна компания). На практика една и съща информация получава различни имена и се засича в балансовия отчет на банките. Седмично някои институции подават разбито салдо по сметки от порядъка на около 800 позиции. Това дублиране на сведенията естествено затруднява работата на банковите служители.

Систематизирането на проблемите при изграждането на кредитния регистър в България се прави с цел да се покаже нелекия път на изграждането на тази информационна система и да се види за един 15-годишен период какво израстване има в тази област. Днес с измененията в Наредба № 22 от 2009 г. и 2012 г. голяма

част от посочените проблеми са преодолени. Не се събира информация за свързаните лица, изпращат се сведения за всички отпуснати кредити, с изключение на овърдрафт под 1000 лв., директорите на клонове подават информацията към централния кредитен регистър, в техническо отношение системата работи добре и т.н. В същото време обаче могат да се очертаят някои проблеми и да се направят **още предложения за усъвършенстване работата на централния кредитен регистър.**

- Централният кредитен регистър не събира, обработва и предоставя информация в количествен и качествен размер за поръчителите по отпуснатите кредити. В периода на кредитния бум 2004 – 2008 г. бяха отпуснати доста кредити, по които едно лице поръчителства на няколко кредита. Кризата остави доста хора на улицата и връщането на кредитите стана непосилна задача за повече от 20% от тях. Банките търсят поръчителите, но те също се оказват безработни или малоимотни. Поръчителството е потенциално кредитиране. Затова би следвало да се отчитат и броят, и сумите на поръчителство в кредитното досие на банковите клиенти. Така представата за кредитната задължияност на клиентите ще е по-пълна и точна.

- В регистъра се срещат грешки както за отпуснати, така и за погасени кредити, което създава фалшива представа за кредитната история и състояние на потенциалните и реалните кредитоискатели.

- Информационната система предполага събирането на допълнителни данни за кредитоискателите. На този етап все още подобно акумулиране на данни от институции извън банковата система не се прави. С цел обогатяване на централния кредитен регистър при отсъствие на частни кредитни бюра е полезно и за банките, и за клиентите включването на допълнителни услуги към регистъра.

- В исторически аспект в регистъра се съхранява информация само за просрочията за 5 години.¹¹ Надеждният клиент си личи по изрядността и навременността на погасяване на задълженията, но и по броя ползвани и погасени кредити. Би могло за срок от 10 години да се систематизира информация за цялостното кредитно досие на клиента – ползвани, погасени, просрочени и т.н. задължения. Съществен проблем пред сегашния регистър е и фактът, че той не води кредитна история на

¹¹ Чл. 19, ал. 2 на Наредба № 22 за централен кредитен регистър на банките, информацията за кредитната задължияност за клиентите включва данни както за текущото състояние на кредитите, така и за просрочията по активни и по погасени кредити за 5-годишен исторически период.

фирма или физическо лице. По този начин става напълно възможна следната порочна схема – един длъжник спира да обслужва кредита си и той да бъде продаден на колекторска фирма (тя се занимава със събиране на лоши дългове). След като въпросната фирма получи проблемното вземане, то се отписва от баланса на банката, а оттам и от регистъра. По този начин, въпреки че по всички световни стандартни даденият кредитополучател е лош, той отново може да взема безпроблемно нови заеми, тъй като досието му отново е кристално чисто след отписването на лошото вземане.

- Централният кредитен регистър не обхваща задълженията към небанкови финансови институции и към лизингови дружества.

- Регистърът задължително трябва да поддържа данни за размера на кредитите. Така банковият експерт най-точно би могъл да прецени кредитоспособността на клиента. Друг важен параметър е срокът на погасяване на кредитите, който отразява времетраенето на кредитния ангажимент и се преценява възможността за ново финансиране.

Несъмнено тези и други трудности около функционирането на кредитния регистър на банките са съпътстващи неговото изграждане и функциониране. Несъмнено е обаче, че този регистър помага на търговските банки да сложат в ред своите вътрешни регистри или картотеки. По подобие на развитите страни банковите картотеки могат да се диференцират като продуктови, клиентелни, относно конкурентите и т.н.

Информацията за нормативната уредба и администрацията в банката невинаги се приема като част от маркетинговата система за вътрешна информация. Това е така, тъй като в някои банки тези сведения се събират от общия информационен отдел, а не от маркетинговия. Когато обаче данните касаят вземането на решения относно сегментирането на пазара, влиянието на микро- и макросредата върху дейността на банката, прогнозирането и планирането и т.н., би могло да се приеме, че именно в маркетинговия отдел има място за подобна дейност.

Ето някои въпроси, с които би следвало да се съобразяват банките при изграждането на адекватна на техните нужди и потребности система на вътрешна информация.

I. Подсистема: „Нормативна база, администрация“

1. Какви нормативни документи ползвате във всекидневната си работа?

2. Какъв е тематичният обхват и периодичността на ползваните от вас документи?

3. В какъв вид са документите?

4. Кой от ползваните нормативни документи са централни и кои – вътрешни?

5. Имате ли нужда от изграждането на специализирана информационна система при ползването на нормативните документи, или сте доволни и от съществуващата?

6. Какви автоматизирани информационни системи ползвате в работата си?

7. Кой освен вас (като работно място) има нужда от тази информация?

II. Подсистема: „Банкови продукти и услуги“

1. Кой основни групи банкови услуги ви интересуват?

2. С какви банкови услуги работите – традиционни или нови?

3. По какви информационни канали научавате за новите услуги, които предлага вашата банка?

4. Нуждаете ли се от специализирана информационна система за новите услуги?

5. Ползвате ли автоматизирана информационна система за банкови услуги и каква?

6. С каква периодичност желаете да получавате информацията и как я получавате в момента?

7. Ползвате ли тази информация във всекидневната си работа?

8. По какви информационни канали научавате за новите банкови услуги на конкурентни банки?

9. Кой освен вас има нужда от тази информация?

III. Подсистема: „Клиенти“

1. Кой основни групи клиенти на вашата банка ви интересуват?

2. Приоритетно с какви клиенти работите – индивидуални или институционални?

3. Каква информация ви е нужна за тях?

4. От какви източници черпите информация досега?

5. В какъв вид ви е нужна информацията?

6. Имате ли нужда от специализирана информационна система за вашите клиенти?

7. С каква периодичност получавате информацията и с каква бихте желали да я получавате?

8. Смятате ли, че разполагате с достатъчна по обем маркетингова информация за основните си клиенти?

9. Според вас кои са най-подходящите и сигурни канали за получаването на такава информация?

10. Кой освен вас има нужда от тази информация?

11. Смятате ли за целесъобразно набирането на маркетингова информация за организации, които не са клиенти на банката?

В някои банки подсистемата „Клиенти“ е разделена на две – „Лица“, т.е. индивидуална клиентела, и „Фирмено досие“, т.е. институционална клиентела. В този случай въпросите могат да бъдат още по-конкретни.

IV. Подсистема „Лица“

1. Познавате ли редовните си индивидуални клиенти?

2. Каква информация желаете да се систематизира за тях?

3. На какъв носител и с каква периодичност?

4. Интересуват ли ви ключовите фигури, от които зависи вземането на решения при основните ви клиенти? Имате ли представа кои са свързаните с тях лица?

5. Каква информация ви е необходима за тях в пряката ви работа?

6. В какъв вид да бъде информацията?

7. С каква периодичност бихте желали да я получавате?

8. Кой освен вас има нужда от тази информация?

V. Подсистема: „Фирмено досие“

1. Кои са основните ви институционални клиенти?

2. Каква информация бихте желали да се събира и систематизира за тях?

3. По какъв начин получавате до момента интересуващите ви данни?

4. Имате ли потребност от специализирана информационна система?

5. В какъв вид бихте желали да получавате информацията и при каква периодичност?

6. Посочете показателите, по които задължително искате да се събира информация.

7. Кой освен вас има нужда от тази информация?

Частните кредитни бюра – желаниа и възможности

В световната практика съществуват редица примери за наличието на информационни системи, функциониращи било на частна основа или към определени банки, които събират много подробни сведения за клиентите и така са изключително полезни при

определяне на риска и кредитоспособността на потенциалните кредитоискатели. В голямата си част те се наричат частни кредитни бюра.

Целта на създаването им е изграждане на онлайн регистър, който да съдържа данни за състоянието и кредитната задължияност на гражданите и фирмите не само към банките, а също към небанковите и лизинговите организации, данъчната, здравната и осигурителната система, митниците, застрахователните дружества, комуналната система, фирмената и междуфирмената задължияност и др. Те представляват един информационен център, в който се събира и систематизира широк кръг от информация за физическите и юридическите лица така, че да може да се получи цялостна представа за задължияното лице не само към банките, но и към други икономически агенти и държавата.

Идеята за изграждането на такова кредитно бюро датира още от началото на новия век в България. Правени са опити за съществуването на подобни „Биг брадъри“, но функционирането им винаги е срещало няколко основни пречки.

Първо, **проблеми от юридическо естество**. Гаранциите, че ще се спазва Закона за защита на личните данни, не са пълни. Най-важното в създаването на кредитно бюро е доброто съхранение на личните данни и пресичането на възможността за злоупотреба с тях. „Кражбите на самоличност“ са най-опасните престъпления в съвременния свят. Те придобиват особено големи размери и нанасят понякога непоправими щети на хората. В българското законодателство все още подобни престъпления не само че не са инкриминирани, но и реално няма осигурена правна защита срещу кражбата на самоличност.

Второ, **проблеми от страна на банките**. Част от големите банки не са съгласни да предоставят своя информация на подобна частна структура.

Трето, **проблеми от страна на клиентите**. Събирането на данни за клиентите и предоставянето им трябва да става само със съгласието на клиента. При централния кредитен регистър подаването на информация от банките към регистъра е задължително, докато при бюрата е доброволно. Това довежда до непълнота в събирането и обработването на данните.

Четвърто, **проблеми със защита на информацията**. Кредитните бюра задължително трябва да отговарят на стандарти за защита на данните. Въпреки това те се опасяват от пробиви в

системата и предприемат различни мерки. Така например частно кредитно бюро в Чехия има съвърши, които са в Италия.

Пето, **проблеми, произтичащи от спецификата и обвързаността на институциите** – МФ, НОИ, НЗОК, БНБ, ТБ, НФИ и др.

У нас са правени няколко опита за съществуването на частни кредитни бюра.

През 2004 г. Асоциацията на търговските банки (АТБ) избира „Банксервиз“ едновременно за изпълнител и за кредитно бюро, което да бъде още едно „оръжие“ срещу лошите кредити и опитите за измама при декларираните данни, когато се кандидатства за заем. Институцията я наричат КРОС – Кредитен регистър за оперативни справки. Премества се новият регистър да бъде само за вътрешно ползване на банките, тъй като законът за банковата тайна не позволява достъп на частни компании, митнически и данъчни органи. Целта е да се обхванат и кредитите под 10 х. лв., които тогава действащият кредитен регистър не отчита. КРОС остава една идея и един от първите опити за създаване на кредитно бюро.

Друга идея, която бе широко прокламирана, бе проектът за кредитен регистър на Института за пазарна икономика (ИПИ), Българо-американската кредитна банка и частната консултантска къща „Финсис“.

През май 2005 г. кредитното бюро на *Experian* в България започва работа. *Experian-Scorex*, световното подразделение на *Experian* за аналитични бизнес решения, предлага на българските си клиенти пълната гама от системи за аналитични бизнес решения, като покрива всички ключови аспекти от „жизнения цикъл“ на отношенията с клиента, от привличането на нови клиенти до управлението на отношенията със съществуващите такива и събиране на просрочени вземания. Тези решения съчетават по уникален начин консултантските знания, анализи и софтуер и така помагат на организациите да постигнат своите бизнес цели по отношение на управлението на риска, предпазването от измами, предотвратяването на загуби и управлението на растежа на фирмата. Целта е чрез частното кредитно бюро българските кредитиращи организации да имат възможността да обменят информация за поведението на кредитополучателите с цел обективна оценка на риска. Клиенти с добра кредитна история имат възможност да получат по-добри условия по заемите, като от своя страна кредитните институции се предпазват от загуби.

Този подобрен метод за отпускане на кредити има силен стимулиращ ефект върху кредитната политика на финансовите и нефинансовите организации в България. Дейността на бюро и сигурността на информацията са строго регламентирани от разпоредбите на Закона за защита на личните данни и Комисията за защита на личните данни. *Experian-Scorex* информира редовно Министерството на финансите и Асоциацията на Търговските банки относно развитието си.

Тази дейност на *Experian-Scorex* доведе до по-мащабното въвеждане на скоринг метода за оценка на риска в българските банки.

В крайна сметка обсъжданията и идеите за изграждане на самостоятелно частно кредитно бюро в България „удрят на камък“. Независимо от признанията на специалистите, че има нужда от систематизирана информация за клиентите, която да обхваща не само тяхната кредитна история, а също да обедини цялата информация за наличните дългове, до функционирането на подобна информационна система извън кредитния регистър не се стига. През 2007 г. се взема компромисното решение да се доразвие централният кредитен регистър към БНБ.

През 2013 г. в България функционира единствено централният кредитен регистър и всички проблеми, произтичащи от кредитната експанция, влошената икономическа и политическа среда и невъзможността да се погасяват кредитите, както и от голямата междуфирмена задлъжнялост, укриването на данъци, мита, акцизи, вкл. личния фалит на граждани, остават.

СИСТЕМА ЗА ВЪНШНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА БАНКАТА

Под външна информация за банката по принцип се разбира сборът от данни, сведения, цифри, факти, анализи и т.н., получени от източници извън банката. Последните могат да бъдат:

- държавни, официални или професионални източници от общ характер;
- официални или междупрофесионални източници със специфичен характер, т.е. такива, посветени изключително на банковото дело;
- частни източници на информация. Тук се отнасят частни специализирани организации или университети, в които се извършва проучване на общественото мнение и пазара, правят се различни специализирани банкови анкети и анализи.

Системата за външна информация за банката може да се разглежда в две направления. Първото е свързано с разбирането, че тази система има за цел да „снабди ръководството на банката с необходимата информация за състоянието на средата, в която тя действа“¹². Функционирането на банката е подложено на влиянието на множество фактори на микро- и макросредата. Абсолютно необходимо е да се събере информация за отражението на икономическата, правната, социално-демографската, технологическата и т.н. среда върху банковата институция, както и по какъв начин промяната в дейността на доставчиците, посредниците, конкурентите и контактните аудитории влияе върху работата на банката.

Второто направление обхваща външните организации, които дават информация на банката, и начина, по който тя може да получи безплатно или чрез заплащане сведения за себе си, за пазара и средата, в която функционира.

Реализирайки първото направление, банката събира информация за микро- и макросредата от:

- отчетите и докладите на Централната банка, търговските банки, Асоциацията на търговските банки, фондовата борса и др.;
- държавната и икономическата статистика;
- банковите и борсовите бюлетени;
- специализираните публикации във вестници, списания, алманаси, монографии и др.;
- коментарите и прогнозите в медиите, радиото, телевизията;
- електронните издания, интернет;
- междубанковия информационен обмен;
- проспектите на дружества, компании, холдинги и др.;
- разговорите с клиенти, анкети, препоръки и др.;
- наблюденията върху конкурентите, банковото разузнаване.

Състоянието на системата за вътрешна информация за банката зависи много от типа и големината на банката, нейната клонова мрежа, обхвата на банковите услуги и вида на обслужваната клиентела, а така също и от потребността на банката от информация, която самата тя не може да си осигури. В този аспект могат да се открият **няколко типа банки, които по различен начин са организирали системата си за външна информация.**

Първият тип са големи банки с обслужване на индивидуална и институционална клиентела на местния и международния пазар. Те се

¹² Спицын, О. И., О. Я. Спицын. Маркетинг в банке. АО “Тарнекс”, 1993, с. 81.

нуждаят от многоспектърна информация и нуждите им подсказват, че е добре да изградят своя собствена система за външна информация. Данните се набират както от специалистите в отдела на банката, така и от външни организации. Понякога се обединяват усилията и се правят колективни изследвания по общ за няколко банки проблем. В този аспект маркетинговите изследвания и проучвания са в помощ на системата за външната информация. В България към този тип могат да се отнесат банките от първа група, т.е. банките лидери.

Вторият тип са универсални банки, които все повече в работата си се нуждаят от изграждането на собствена система за външна информация, но това за тях е скъпоструващ ресурс. Те ползват източници от общ характер, разчитат на електронната информация и колективните изследвания. Повечето от банките от втора група, т.е. претендентите за лидери, спадат към този тип.

Третият тип са банки, които имат частична нужда от външна информация. В повечето случаи те ползват източниците с общ и специализиран характер, а само при възникнал частичен проблем се обръщат към външни организации, които им помагат за събирането на интересующите ги данни. Може да се каже, че това са банки с малка клонова мрежа или клонове на чуждестранни банки. Последните обаче ползват системите за информация в банката централа, затова не изграждат по места свои собствени системи. У нас банките от трета група се отнасят към този тип.

Всеки елемент на банковата макро- и микросреда има своето важно значение за дейността на институцията. **Банките отделят особено внимание на конкурентите и събират сведения за тях, които класифицират в различни информационни подсистеми.** По-конкретно конкурентите се групират като:

- преки и непреки;
- конкуренти на регионалния, националния и международния пазар;
- конкуренти в обслужването на индивидуалната и институционалната клиентела;
- конкуренти по отделни банков показатели и съотношения;
- конкуренти по предлагането на отделни банков продукти и услуги и др.

За да събере необходимата информация, банката изгражда своя **подсистема „Конкуренти“**. В нея се търси отговор на въпроси като:

1. Смятате ли, че разполагате с достатъчна маркетингова информация за своите конкуренти?

2. От какви източници и по какви канали получавате тази информация?

3. Обръщате ли се към външни специализирани организации за набирането на необходимите ви данни?

4. Нуждаете ли се от допълнителни сведения и в какви насоки?

5. По какви признаци желаете да се класифицира събраната информация за вашите конкурентни банки?

6. В какъв вид желаете да получавате информацията?

7. С каква периодичност?

8. Как използвате в пряката си работа информацията за конкурентите?

9. Кой освен вас има нужда от такава информация?

Информацията за конкурентите трябва да се събира както на равнище банкова централа, така и на равнище банкови клонове. В централата се съхраняват по-глобални сведения за: стратегията и политиката на конкурентните банки, тяхната организационна структура, обхвата на пазарно въздействие, целевите пазари, проникването на банковите продукти и услуги и др. На равнище клонове банките се нуждаят от сведения за регионалния пазар и действията на конкурентите на него.

Данните, необходими за анализа на конкурентите, се набират по много канали и от различни източници. Тъй като информацията е многообхватна, то тя трябва да се подава от всички служители и ръководители, имащи възможност да я получават, т.е. отговорност по създаването на подсистемата „Конкуренти“ не би следвало да е само на маркетинговия или информационния отдел.

Каналите за събиране на информация за конкурентите могат да се разделят на традиционни и нетрадиционни.

Към традиционните канали се отнася акумулирането на необходими данни и сведения от: историята на банковите и небанковите институции; техните годишни доклади и отчети; баланси и отчети за приходите и разходите; националната и международната икономическа преса; медиите; рекламата; банковите справочници; докладите и изказванията на мениджърите на конкурентните банки; анализите на борсовите брокери; контактите с банковите асоциации; мнението на доставчиците на банков софтуер и др.

Към нетрадиционните канали за получаване на банкова информация за конкурентите могат да се отнесат: сведенията, получени от новите служители, които преди това са работили за конкурентите; пенсионирани служители в чужди банки, които се

привличат като консултанти; клиенти на конкурентни банки; подставени лица на банката, които умишлено стават акционери при конкурентите и така следят за новостите в стратегията и политиката им, и др.

Информацията за конкурентите е много важна, но за да се изгради цялостна система на маркетингова информация, то по същия начин – детайлно и точно, трябва да се събират данни и за останалите елементи на микросредата – доставчиците, посредниците и контактните аудитории, както и макросредата – икономическите, политическите, демографските, природните, научно-техническите, социално-културните и др. фактори, оказващи влияние върху работата на банката. Естествено от пълнотата на данните в маркетинговата информационна система зависи до голяма степен правилността при вземането на решенията от управляващите в банката.

СИСТЕМА ЗА МАРКЕТИНГОВИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

При възникването на конкретен и частен за институцията проблем, когато съвкупността от вътрешна и външна информация не може да помогне за неговото изясняване и разрешаване, банката се нуждае от специфично изследване. То има строго целеви характер и се възлага за проучване било на специалисти в банката, било на външни организации. Тъй като в повечето случаи изследванията са скъпи, когато проблемът засяга няколко банки, те обединяват усилията си в поръчката на общо, колективно или полуколективно изследване.

При разглеждане системата за маркетингови изследвания се открояват три основни етапа:

1. поставяне на проблема и формулиране целите на изследването;
2. източници на информация за изследването;
3. типове изследвания и резултати от тях.

Поставяне на проблема и формулиране целите на изследването

Възникналият пред ръководството на банката проблем трябва да бъде навреме, точно и ясно очертан. Изследването има за цел да събере достатъчно сведения за същността и развитието на проблема, така че да помогне на топмениджърите за неговото разрешаване. Например в банка X се наблюдава занижен интерес от страна на индивидуалните клиенти към въвеждането на нов вид дебитни карти. По принцип въпросът може да се постави по-широко като: „Защо клиентите не предпочитат обслужването от банка X?“ или „Защо не избират банка X

за своя обслужваща банка?“. В случая обаче проблемът е конкретен и засяга точно определен банков продукт. При провеждане на проучването ръководителят на отдел „Маркетинг“ или „Маркетингови изследвания“ (ако има създаден такъв) може да постави следните цели:

- Да се проследи поведението на индивидуалната клиентела в последните месеци и да се разбере дали има отлив от ползването и на други услуги, или това се отнася само до новите дебитни карти!

- Да се проучат потребностите на редовните клиенти на банката и да се оценят финансовите им възможности за ползването на тази услуга!

- Да се изясни дали клиентите познават добре новия продукт! Откъде получават информация и достатъчна ли е тя?

- Предлага ли се този или сходен с него продукт от друга конкурентна банка? Какво е търсенето на продукта при конкурентите?

- Достъпен ли е продуктът и приемливи ли са условията за ползването му от клиентите?

- Склонни ли са клиентите да плащат с дебитни карти при разплащанията?

- Има ли достатъчно банкомати в региона?

- Би ли се увеличило ползването на продукта, ако банката предложи безплатни съпътстващи услуги? С колко процента е увеличението за 6 месеца?

Целта на колективните изследвания е по-широка. Например няколко банки могат да се обединят при проучване на регионалния пазар и да изследват коя от тях какво място заема. Също така би могло да се направи проучване във времето за еволюцията при покупките на банковите продукти и услуги, предназначени за малките и средните предприятия или за определен тип клиентела.

Източници на информация за изследването

При проучването на конкретен проблем от особена важност е връзката между субекта и обекта на изследването. Затова тук повечето източници на информация са пряко свързани с взаимоотношенията „изследовател-клиенти“, „изследовател – конкуренти“, „изследовател-продукти и услуги“ и т.н. В специализираната литература се срещат няколко основни източника на изследване¹³, а именно: **наблюдението, експериментът, анкетата, различните видове въпроси.**

¹³ Придържаме се към мнението на Спицын, О. И., О. Я. Спицын. Маркетинг в банке. АО “Тарнекс”, 1993, с. 88 – 93.

Наблюдението е един от най-използваните в практиката източници за събиране на желаната информация. Всички служители в отделите, имащи пряк контакт с клиентелата, съзнателно и дори несъзнателно извършват наблюдение върху: реакциите на обслужваните клиенти; тяхното поведение при ползването на определен вид услуги; целите, стремежите и мотивацията им; очакванията и опасенията им¹⁴. Банкерите могат да преценят какви клиенти (възраст, пол, семейно положение, образование и др.) ползват най-често даден вид услуга. Това е ценна информация за маркетинговия отдел, но следва да се има предвид, че наблюдението не е особено точен източник. В различни ситуации клиентите реагират своеобразно и преценката на служителите при наблюдението може да се окаже субективна.

Експериментът е друг използван от банките източник на информация. Чрез поставянето в различни условия на две и повече групи клиенти се получават желани сведения на базата на съпоставимостта на получените данни. Така например банка X може да предложи на две групи клиенти доверително управление на парични средства чрез изготвянето на индивидуален инвестиционен портфейл. И двете групи клиенти разполагат с еднакво количество собствени парични средства.

Таблица 1. Поставяне в различни условия на групи клиенти

| На първата група банката предлага следните позиции: | На втората група банката предлага следните позиции: |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| 1. срочен влог | 1. срочен влог |
| 2. валутен влог | 2. валутен влог |
| 3. дебитна карта | 3. дебитна карта |
| 4. текуща разплащателна сметка | 4. акции на БТК |
| 5. овърдрафт кредит | 5. овърдрафт кредит |

Мениджърският екип съзнателно е избрал разликата в позициите да бъде минимална – само в една позиция. След проведения експеримент се очертават предпочитанията на клиентите към една от двете групи, а банката може да си направи различни изводи. Например фактът, че само 25% от клиентите предпочитат втория вариант, означава, че:

¹⁴ Взаимоотношенията между банката и клиентите се развиват в нови направления, като много съществено място се отделя на реакциите и поведението на клиентите. Това намира проявление при психологическата сегментация, а също и при CRM – Customer Relationship Management.

- не се предпочита вложението в рискови ценни книжа;
- доверието в българския капиталов пазар е слабо;
- не се разбират предимствата при инвестирането в акции или клиентите са прекалено предпазливи и избягват рисковете;
- банката не може да заинтересова клиентите да ползват брокерските ѝ услуги;
- предпочитат се сигурността и малкият доход пред рисковото инвестиране в акции и плащането на комисиони за услугата.

Вследствие на проведеното наблюдение банката е длъжна да предприеме съответни мерки за отстраняване на слабостите и за по-добро рекламиране на неизползваните продукти и услуги. Въпреки очевидността на резултатите, наблюдението обхваща само определен кръг клиенти и в този аспект извадката от данни може да се окаже непълна или недостатъчно точна. Затова не бива да се правят прибързани заключения, а да се търсят и други начини за потвърждаване на проучването.

Анкетата е основен източник за провеждане на маркетингови изследвания. Съставителите ѝ трябва много внимателно, в определена логическа последователност, целенасочено и недвусмислено да зададат въпросите. Следва да се прецени в зависимост от конкретната ситуация и обекта на изследване дали е целесъобразно въпросите да бъдат открити или закрити и какво да бъде съотношението между тях. Също така е важно да се знае пред каква аудитория ще бъдат задавани въпросите и колко широк кръг обхваща тя.

Въпросите, които се включват в анкетата, могат да дадат отговор на по-глобални или по-частни проблеми. Така например банка Х иска да проучи мнението на клиентелата си по въпроса „Защо избрахте нашата банка?“. За целта тя предлага набор от критерии за избор на банка. Анкетираните са както индивидуални, така и институционални клиенти. Те подреждат в низходящ ред по степен на важност изброените критерии. Би могло да се получи следното разпределение (Таблица 2).

Анкетата би могла да стесни обхвата си, т.е. да се проучи мнението само на индивидуалната клиентела. Последната може да се раздели по възраст, професия, образование и др.

От проведената анкета банката може да си направи както по-общи изводи, така и да извлече полезни сведения по конкретни въпроси. Естествено, в резултат на обработката на данните институцията трябва да предприеме и конкретни практически действия.

Таблица 2. Примерен набор от критерии за избор на банка

| Критерии | Класация | |
|-----------------------------------------|----------------------|-------------------------|
| | Индивидуални клиенти | Институционални клиенти |
| 1. Надеждност на банката | 2 | 1 |
| 2. Основни акционери | 12 | 9 |
| 3. Доверие към ръководството на банката | 10 | 5 |
| 4. Имидж на банката | 7 | 7 |
| 5. Наличие на развита клонова мрежа | 4 | 8 |
| 6. Оперативност на обслужването | 1 | 4 |
| 7. Разнообразие на банковите услуги | 3 | 2 |
| 8. Такси за обслужването | 9 | 11 |
| 9. Възможности за кредитиране | 5 | 3 |
| 10. Лихви по кредитите | 6 | 6 |
| 11. Лихви по влоговете | 8 | 12 |
| 12. Консултантско обслужване | 11 | 10 |

Таблица 3. Разделяне на клиентите по възраст

| Критерии | Класация | |
|-----------------------------------------|-------------------|--------------------|
| | Лица до 35 години | Лица над 35 години |
| 1. Надеждност на банката | 1 | 1 |
| 2. Основни акционери | 12 | 11 |
| 3. Доверие към ръководството на банката | 10 | 12 |
| 4. Имидж на банката | 3 | 6 |
| 5. Наличие на развита клонова мрежа | 7 | 8 |
| 6. Оперативност на обслужването | 2 | 4 |
| 7. Разнообразие на банковите услуги | 5 | 7 |
| 8. Такси за обслужването | 9 | 10 |
| 9. Възможности за кредитиране | 6 | 5 |
| 10. Лихви по кредитите | 4 | 3 |
| 11. Лихви по влоговете | 8 | 9 |
| 12. Консултантско обслужване | 11 | 10 |

Ето още един пример за кратка анкета, проведена в търговска банка „Булбанк“ АД. Целта на проучването е да се разбере кои са петте най-често ползвани услуги и петте най-желани, но неизползвани услуги. Като резултат от двете анкети са получени следните резултати¹⁵:

¹⁵ По данни на „Булбанк“ АД.

Таблица 4. Резултати от анкета за проучване на петте най-често ползвани услуги

| Петте най-използвани продукта (в %) | Петте най-желани, но неизползвани продукта (в %) |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1. Разплащателна сметка в лв. (83%) | 1. Плащане на комунални услуги (70%) |
| 2. Обмяна на чуждестранна валута (79%) | 2. Международна кредитна карта (63%) |
| 3. Дебитна карта в лв. (60%) | 3. Финансов съвет (62%) |
| 4. Срочен депозит в лв. (56%) | 4. Определено лице за контакт (60%) |
| 5. Разплащателна валутна сметка (52%) | 5. Услуги по телефона (54%) |

В последните години широко приложение намира получаването на информация за маркетинговите изследвания от банките с помощта на **различни видове въпроси**. Задаването на въпроси може да става: по пощата, чрез средствата за масова информация, по телефона, чрез лично интервю или по интернет.

Типове изследвания и резултати от тях

Маркетинговите изследвания могат да се групират по различни признаци. В голямата си част те са насочени към проучване на пазара. Ето защо в практиката на развитите страни се правят: **индивидуални и колективни изследвания върху пазара, а също така количествени и качествени проучвания върху него.**

Индивидуалните изследвания върху банковия пазар се прилагат още от 50-те години на миналия век в европейските страни. Тогава с помощта на съществуващите примитивни техники за проучване са правени опити да се анализира регионалният пазар или по-конкретно оная част от него, която заемат вложителите, клиентите, използващи чекове, и т.н. За тази дейност са заделяни сравнително малко средства и не са правени специални бюджети.

В началото на XXI век потребността на банките от индивидуални проучвания на пазара, клиентите, конкурентите, продуктите и услугите нараства и цялата тази дейност е подчинена на желанието институцията по-добре да удовлетвори потребностите на клиентелата си и да изпълни своите цели.

Индивидуалните маркетинговите изследвания по правило се правят от големи банки, които имат възможност да заделят средства в своя бюджет за тази дейност. Проучванията се правят на годишна или полугодишна база и така се съпоставят резултатите във времето или по

конкретен проблем. Европейските банки редовно предприемат серия от изследвания, които включват например¹⁶:

- годишни анкети на клиентелата относно имиджа на банката и този на основните конкуренти;
- проучване на мотивацията за избор на банка, като така се набира информация и за сегментирането на пазара;
- икономически и демографски анализ на конкуренцията и на потенциалната клиентела в дадения регион;
- изследване на профила на новите клиенти;
- анкети за мнението на клиентелата за нивото на банково обслужване, разнообразието на банковите услуги, тарифната политика, удовлетворението на потребителите от предлаганите им продукти;
- проучване честотата на използване на определен вид услуга. Това се прави чрез задаване на въпроси по телефона, чрез изпращане на въпросник по пощата или e-mail, като интервюираните се питат за процента на удовлетвореност от ползването на услугата;
- проучване на еластичността на цените и търсенето на банкови продукти и услуги;
- тест за отношението „количество – цена“ при новите услуги;
- постоянен тест за директните програми за продажби и др.

Тези изследвания имат изключително прагматичен характер и целят резултатите, получени от тях, незабавно да се приложат при вземането на управленско или оперативно решение.

Колективните изследвания върху банковия пазар се правят по общи теми, интересоващи много кредитни институции. Така и по-малките банки могат да си позволят този тип проучвания, които по принцип спестяват време (при търсенето и възлагането на външни експерти на тази дейност) и най-вече финансови средства.

Маркетинговите изследвания трябва да отчитат два важни аспекта на банковия пазар – социо-психологическия и статистическия. Именно отчитайки тези два аспекта, специалистите разделят изследванията на качествени и количествени.

Качествените маркетингови изследвания в социологически и психологически план проучват мотивациите на клиентелата, анализират причините за нейната удовлетвореност при ползването на определени услуги, групират желанията и очакванията на потребителите по социални категории. Познавайки нагласата,

¹⁶ Адаптирано по: Badoc, M. Marketing management dans la banque et l'assurance europeennes. Paris, Les Editions d'organisation, 1986, p. 187 – 188.

потребността, човешките стремежи, опасения, реакции, социално положение и устойчивост на промени в банковата среда и пазар, те дават съвети на управляващите към какво да насочат усилията си, за да задоволят и най-капризните клиенти.

Количествените маркетингови изследвания боравят повече със статистически данни и информация, на базата на които се правят репрезентативни проучвания, извадки, съпоставки и др. Например при изследване на пазара чрез тях, от една страна, се изчислява: пазарният дял, степента на насищане на пазара с определен продукт, нивото на възприемане на нов продукт и др., а от друга страна – правят се предложения за разкриване или закриване на определени клонове, гишета.

Резултатите от проведените маркетингови изследвания задължително се дават в писмена форма, като отчет, на директора на отдел „Маркетинг“ (или „Маркетингови изследвания“). Събраната информация е обобщена по определени показатели в таблици и графики, като се правят и кратки коментари и изводи. Решенията, които ще се вземат следствие на проведените проучвания, са само на топмениджърите, т.е. изследователите не налагат, а предлагат вариант за решение.

СИСТЕМИ ЗА АНАЛИЗ НА МАРКЕТИНГОВА ИНФОРМАЦИЯ

Информацията, която се събира от информационния и маркетинговия отдел на банките, не е самоцелна. Тя служи на стратегическия мениджмънт и маркетинг за анализ на дейността на банката в условията на конкретна среда, съпоставка на резултатите на банката с тези на конкурентите и набелязване на мерки за изпълнение на целите и мисията на банката. Ето защо системата на анализ на маркетинговата информация е „венецът“ в информационната банкова система. Нужно е да се обърне внимание, че в зависимост от организационната структура на банките невинаги анализът на информацията се прави в маркетинговия отдел. В големите банки и холдинги има специален отдел за статистически и пазарни анализи. Този факт обаче не изменя съдържанието на системата за анализ на маркетинговата информация, защото такива системи има във всички банки и те са едни от най-динамично променящите се що се отнася до използването на банковите модели и информационни системи.

Стратегическите мениджъри, за да вземат своите решения, се нуждаят не само от конкретни цифри и данни по даден въпрос, а от

обработени и анализирани данни, които ще позволят по-бързо и точно да се прецени ситуацията на пазара.

Обработката на информацията се осъществява чрез използването на **статистически, математически и иконометрични методи и модели**.

В световен мащаб системите за анализ на информацията са много динамични и бързоразвиващи се. Всяка банка разполага със софтуер и изгражда разнообразни **банкови модели и модули**, с помощта на които се извлича, анализира и визуализира управленска информация.

По-известни модели са¹⁷:

- моделът за покупателната способност и поведението на клиентите;
- моделът за възможното поведение на конкурентите;
- моделът за качествените характеристики на разработваните продукти и услуги;
- моделът за оптимизиране на пътищата за довеждане на услугите до потребителите;
- моделът за системата на ценообразуване;
- моделът за системата на комуникации;
- моделът за разработване на бюджетите на отделните маркетингови дейности;
- моделът за оптимизиране на организационната структура и много други.

Ефективността от една рационално изградена и реално функционираща информационна система се измерва със степента на автоматизираност на отделните дейности. Целта е всички функции и операции в банката да бъдат осигурени с достатъчна и своевременна информация, която от своя страна е рационално организирана. Достъпът до нея е съобразен с най-новите достижения на изчислителната и комуникационната техника. Автоматизацията на дейностите в банката от своя страна изискват адекватна организация на протичащите в нея процеси и оптимална връзка между тях.

¹⁷ Спицын, О. И., О. Я. Спицын. Маркетинг в банке. АО "Гарнекс", 1993, с. 97.

БАНКОВИЯТ АУТСОРСИНГ – НОВИЯТ НАЧИН ЗА МАРКЕТИНГОВИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

Теоретически аспекти на банковия аутсорсинг

В условията на растяща банкова конкуренция, глобализация на пазарите и продължаваща депресия след финансовата криза банките търсят начини за придобиване на нови знания относно внедряването на нови банкови продукти и услуги, удовлетворяване клиентската аудитория, намаляване на разходите си и оптимизиране на банковите дейности. Това се постига с много навременни и точни маркетингови изследвания и проучвания, както и с използването на външни институции и специалисти, които да дадат най-компетентното мнение по възникналите въпроси за решаване и да извършат дейности, които банката не може в момента или е по-евтино да възложи на външна организация.

Естествено е дори и най-голямата банка да няма капацитета да отговори веднага и самостоятелно, без ползването на външна информация, на всички стоящи пред нея въпроси. Не е необходимо отговорите на всички проблеми да се търсят вътре в организацията при положение, че могат да се наемат или възложат дейности на външни хора или звена, които са специализирани в конкретните дейности. Така особено в условията на финансова криза банковият аутсорсинг намира широко проявление.

В банковата сфера аутсорсингът¹⁸ като понятие¹⁹ се появява през 1985 г. в първия документ на Базелския комитет по банков надзор, регламентиращ основополагащите принципи на аутсорсинга във финансовата сфера. Правен регламент то получава от Комитета по европейски банков надзор в документа „Правила на аутсорсинга“, където се казва: „Аутсорсингът е използване от регулируемата организация на трета страна (провайдер на услуги по аутсорсинг) за изпълнение на функции на продължителна основа, които биха могли да бъдат осъществени от самата регулируема организация в настоящия момент или в бъдеще“²⁰.

В специализираната литература се срещат различни определения на аутсорсинга. Без да навлизаме в дискусиата, приемаме, че това е „процес на пълно или частично предаване от банката на

¹⁸ От английското *outsourcing*, което е съкращение от *Outside Resource Using*.

¹⁹ За първи път още през 1937 г. нобеловият лауреат по икономика от 1991 г. Роналд Гари Коуз в своята работа „Природа на фирмата“ дава идеята за съществуването на аутсорсинга.

²⁰ Guidelines on outsourcing. Committee of European Banking Supervisors, 14 December 2006.

отделни функции или бизнес процеси за изпълнение от външни организации, които влизат в качеството на изпълнител на услугите и осъществяват управление на процеса на реализация на дадената услуга или бизнес процес в рамките на собствената дейност²¹.

Аутсорсингът може да бъде пълен и частичен, в зависимост от степента, до която банката ще прехвърли дейността на трета страна, и верижен аутсорсинг – в случай че изпълнителят договаря изпълнението на елементи от дадена дейност с подизпълнител и носи отговорност за действията на подизпълнителя като за свои действия.

Банковият аутсорсинг се използва в различни области, но най-широко приложение намира при²²: транспортните услуги; недвижимото имущество; организацията на ремонтните работи; продажбите; контактните центрове (колцентровете); трудовите ресурси; финансите; дистрибуцията и логистиката; администрирането; информационните технологии и др. Вижда се, че през 80-те години на миналия век основните услуги, които са възлагани, са свързани с инфраструктурата и реалните инвестиции. Днес на преден план излизат преди всичко информационните, интернет услугите, финансовите услуги и тези, свързани с банковия риск. Ето защо трябва да се добавят още: консултантски услуги; услуги по охраната и инкасото; услуги по събирането на дългове, вкл. по кредити; маркетингови услуги, особено в областта на рекламата; услуги по обслужването и оценяването на банковите продукти; финансови услуги; управление на банковите рискове и др.

Основните причини за ползването на банковия аутсорсинг могат да се систематизират в следните пунктове:

- съкращаване на времето за достъп до пазара;
- снижаване на издръжката и разходите за някои дейности;
- допълнителен достъп до финансови източници;
- избягване на трудни за управление и контрол дейности;
- получаване на изгоди и печалби от достъпа до нови технологии и реинженерингови дейности;
- повишаване на инвестиционната привлекателност;
- търсене на по-евтина работна сила и по-ниски разходи;
- достъп до ресурси и освобождаване на ресурси за други дейности;

²¹Банковски аутсорсинг: теоретически и практическите аспекти: Учебно пособие / Под ред. д-ра экон. наук. проф. Г. Н. Белоглазовой. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010, с. 10.

²² Регламентирани са в документа *Outsourcing in Financial Services* (2005 г.) на Базелския комитет по банков надзор.

- гъвкавост и възможност за изменение на бизнес поведението;
- консултиране по специфични проблеми;
- помощ при излизане на финансови пазари;
- оптимизиране на маркетинговите услуги;
- ползване на информационни системи и технологии;
- снижаване и разделяне на рисковете, свързани с реализацията на бизнес процесите, и др.

Както се вижда, аутсорсингът има широко приложение. Една от областите е в информационните системи и технологии. Най-често аутсорсингът в тази сфера обхваща направления като: хостинг приложения и поддръжка на сайтовете на банката; абонаментно обслужване на техниката; разработване на различни програмни продукти и приложение на автоматизирани банкови системи и др.

В областта на банковия аутсорсинг един от проблемите, които винаги изпъкват, е този на риска и запазване на банковата тайна.

Рисковете, произтичащи от приложението на аутсорсинга, са различни, но в голямата си част те се отнасят към операционния риск. В документа на Базелския комитет „Основни методи за управление и надзор на операционните рискове“ се очертават 7 случая на възникване на операционен риск²³: мошеничество вътре в компанията; външно мошеничество; длъжностна практика и безопасност на труда; клиенти, продукти и бизнес практика; загуби вследствие на форсмажорни обстоятелства; неуспех в бизнеса и отказ на системата; изпълнение, доставка и управление на процесите.

Видно е, че на аутсорсинга в банковата сфера са присъщи достатъчно сериозни рискове, които могат да навредят не само на отделната банка, но и на финансовата система като цяло чрез проявата на системен риск. Ето защо е необходимо да се внимава много при прехвърлянето на определени бизнес процеси и функции на трети лица. В тази връзка Базелският комитет по банков надзор в документа си „Аутсорсинг във финансовите услуги“²⁴ формулира ръководни принципи, с които да се съобразяват финансовите организации, за да минимизират рисковете си.

В страните от Централна и Източна Европа банковият аутсорсинг навлиза и се използва може би не във всичките възможни направления, но преди всичко в областта на информационните системи и технологии, консултантските услуги и събирането на дългове. След

²³ „Основные методы управления и надзора за операционными рисками“ (Sound practices for management and supervision of operational risk), Публикации Bank for International Settlements. 02.2005 г.

²⁴ Outsourcing in Financial Services.

финансовата криза банките поглеждат повече и към офшорните услуги, маркетинговите дейности и измерване на клиентската лоялност и предпочитания.

Практическо приложение на аутсорсинга в българска банка

Прилагането на аутсорсинг в български банки има юридическа, икономическа и техническа страна²⁵.

В **юридически аспект** дейността на банките по възлагане на дейности на трети страни се съобразява с²⁶:

1. Указание на БНБ за изнасяне на дейности;
2. Правилата и принципите, които регулират аутсорсинг дейности на кредитни институции;
3. Outsourcing policy and Procedures of the Bank – необходимо ли е разрешение, или е достатъчно само уведомяване;
4. Политиката за възлагане на дейности на трети страни, разработена от банките;
5. Процедурата за възлагане на дейности на трети страни, разработена от банките.

В **икономически аспект** банката, желаеща да приложи аутсорсинг, е необходимо да знае кои дейности има право да възлага на трети страни и кои са забранени от централната банка.

Не се разрешава възлагане на:

- основни управленски дейности – задълженията на висшите ръководни лица, които управляват банката в съответствие с поетите отговорности – изпълнителни директори, главен оперативен и финансов директор и др.;
- функции и дейности, които попадат в сферата на компетентност на топмениджърите, както и системни информационни функции;
- дейностите по влогонабиране или други дейности, изискващи лиценз от надзорен орган, съгласно националното законодателство, освен ако изпълнителят на изнесени дейности е кредитна институция или е лицензиран да извършва такава дейност.

Възлагането на процедура по аутсорсинг може да се извърши за съществени и за поддържащи дейности.

²⁵ В следващото изложение се ползва Указание за изнасяне на дейности на БНБ от 2009 г. http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_law/bs_ca_goutsourcing_bg.pdf, както и проучвания на автора в няколко търговски банки в България.

²⁶ В следващото изложение се ползват всички изброени документи.

Съществени дейности са тези, чието неправилно, лошо и неуспешно изпълнение или неизпълнение може значително да повлияе:

1. върху способността на банката да извършва дейността си и да спазва нормативните изисквания, съгласно лиценза и правната рамка, регулираща банковата дейност; върху финансовия резултат, стабилността и непрекъснатостта при извършване на банкови и инвестиционни услуги;

2. всяка дейност, изискваща издаване на лиценз от надзорен и регулаторен орган.

Дейностите, които се приемат за поддържащи, са дейности, които не са потенциални носители на съществени рискове. Такива биха могли да бъдат:

1. картов бизнес, освен ако не включва предоставянето на кредит;

2. консултантски услуги, които не са свързани с предоставянето на инвестиционни услуги, включително:

2.1. предоставяне на юридически консултации, без да се ограничават до отделни аспекти на дейността;

2.2. обучение на персонала;

2.3. издаване на банкови извлечения;

2.4. охранителна дейност;

3. човешките ресурси;

4. банкови услуги по предоставяне на информация за движението на ценовите равнища на финансовия пазар;

5. посреднически услуги по рекламиране на даден продукт или услуга, уведомяване на длъжници за събиране на просрочени вземания и др., но без инкасова дейност.

Банката е длъжна да уведомява БНБ за всяко съществено събитие, което оказва или може да окаже влияние върху изпълнителя на изнесени дейности и неговата способност да изпълнява задълженията си по договора за аутсорсинг. При изнасяне на поддържащи дейности не е нужно да се уведомява БНБ, но банката следва адекватно да управлява рисковете, произтичащи от аутсорсинга.

Банката може да сключва договор за аутсорсинг с дружество от Европейската икономическа зона (ЕИЗ) и извън нея, при условие че са спазени изискванията за възлагане на дейности на трети страни.

Цялостната отговорност се носи от директорите и изпълнителните директори, които сключват договори за аутсорсинг и са пряко ангажирани в процеса. Банката възлага дейност или функция

на трета страна само при условие, че са заложили ефективни механизми за контрол и нивата на риск на предоставяните услуги съответстват на регулативната рамка на банката.

Аутсорсингът трябва да спомогне да се реализират краткосрочните и преди всичко дългосрочните цели, поставени от банката. Самата кредитна институция от своя страна следва да се захване с извършване на възлагане на дейност на трети страни само при условие, че преди това е направила пълна **преценка на ползите** от тази дейност. По-конкретно положителният ефект засяга:

- оценка на общия разход на банката за извършване на дейността;
- преценка дали аутсорсингът съответства на стратегическите и оперативните цели на банката;
- точния обхват и естеството на работа;
- бюджета, времевата рамка и необходимите човешки ресурси за извършване на дейността;
- поставят се основните изисквания за услугите, които ще бъдат предоставени от изпълнителя;
- прави се оценка на всички рискове, които могат да възникнат – правни, регулативни, по отношение на сигурността и т.н.

Банката установява система за **цялостен мониторинг на рисковете**, която се основава на предварителен, текущ и последващ контрол. Тя извършва: периодичен мониторинг на финансовото състояние на изпълнителя; контрол на процедурите по възложената дейност; изготвяне от изпълнителя на доклади, свързани с изпълнение на възложената дейност и спазване на договореното качество; изготвяне на план за възстановяване след сринове, бедствия и аварии, по отношение връщане на възложената дейност; анализ на всяко събитие или обстоятелство, което би могло да окаже съществено влияние върху способността му да изпълнява възложените му функции; дефиниране на задълженията на отделните структурни звена, които участват в процеса по аутсорсинг.

Служителите, ангажирани с преговори и сключването на договор за аутсорсинг, са задължени да разкрият наличието на конфликт на интереси, които те или свързани с тях лица имат от сключването на търговска сделка с банката.

В технически аспект банковият аутсорсинг протича в следната последователност:

1. Решението за възлагане на дейност на трети страни (аутсорсинг) се взема от специално избран комитет, който преглежда предварителните становища на дирекциите, прогнозните разходи и представените първоначални оферти. На тази база той взема окончателно решение за аутсорсинг.

2. Обявява се конкурс за възлагане на дейността, като специално назначена комисия отговаря за цялостния процес по аутсорсинга – от обявяването на конкурса до изпълнението на дейностите.

3. Комисията преценява начина за оповестяване на конкурса и необходимостта от обявяването му в интернет страницата на банката и публичното пространство. Ако комисията прецени за нужно, кандидатите могат да подават оферти на посочен в обявлението електронен адрес – адрес на член от комисията.

4. Комисията преглежда документите на подалите за участие изпълнители и допуска или отстранява тези от тях, които не отговарят на предварително обявените изисквания.

5. Възлагането на дейност на трета страна става с писмен договор. Договорът се изготвя, отчитайки особеностите на проекта и включва задължителни клаузи като: условия и срокове, обхват на услугите, изисквания към нивото на изпълнение на услугите, такси и разноски, поверителна информация, конфликти, несъстоятелност, форсмажор, процедури за контрол, одит, план за възстановяване след сринове, бедствия и аварии, отговорност, приложимо законодателство, интелектуална собственост, сигурност, уведомяване, клауза за неизпълнение, разрешаване на спорове.

6. Банката поддържа регистър на сключените договори. Всеки договор за аутсорсинг се завежда с персонален номер. Дирекцията носи отговорност за съхранение на договорите и определя лицата и нивата на достъп до тях, както и периодичното им архивиране.

7. Директор или определен от него служител следи за спазване условията на договора по отношение размер, срок за изпълнение, неизпълнение, основания за плащане и за прекратяване на договора.

8. Банката осъществяване текущ контрол за спазване на поетите по договор за аутсорсинг задължения и мониторинг на отношенията с изпълнителя.

9. Банката извършва периодичен одит за спазване на поетите по договор за аутсорсинг задължения и контрол за редовността на първични счетоводни документи и разходооправдателни документи.

Аутсорсингът в българските банки намира своето приложение особено след приемането на страната в ЕС и след кредитната експанзия в началото на новия век. Необходимостта от възлагането на дейности на трети страни е доказана. Остава да се разработи добре методиката на приложение на тази дейност и да се внимава особено с конфиденциалността на информацията и възникващите банкови рискове. В това отношение информационната система на банките има какво да предложи на своите институции, а също така и на маркетинговия отдел.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стратегическият маркетингов мениджмънт е част от стратегическия банков мениджмънт, но има за цел изключително да подпомогне ръководството на институцията при вземането на решения, свързани със сегментирането на банковия пазар, определянето на стратегиите за развитие на институцията в областта на маркетинговия микс, а също и на цялостната мисия, цели и задачи на банката. Това се постига чрез използването на информация от вътрешни и външни източници, изследва се влиянието на околната среда и се прави планиране на посочените дейности.

За да провежда ефективни маркетингови и управленски действия, всяка банка се нуждае от определена информация. Тя трябва да се класифицира и систематизира в бази от данни, които да задоволяват потребностите не само на информационния отдел, а и на всички организационно-управленски структури на институцията. Банковата маркетингова информационна система се разглежда като единство на четири подсистеми: системата на вътрешна информация, системата на външна информация, системата за маркетингови изследвания и системата за анализ на маркетинговата информация.

Важен елемент на системата на вътрешна информация е клиентелната банкова картотека, която може да се усъвършенства в годишен „баланс“ на взаимоотношенията на всеки клиент с банката. Прави се подробно представяне на практиката и проблемите на функциониране на клиентелните картотеки в развитите страни. Българският опит е разгледан чрез изграждането и поддържането от БНБ на централния кредитен регистър. За времето на неговото съществуване по периоди се прави анализ на функционирането му и се очертават съществуващите проблеми. Все още централният кредитен регистър не отчита поръчителството и не обхваща задълженията към небанковите финансови институции и лизинговите дружества. При

отсъствие на частни кредитни бюра е полезно и за банките, и за клиентите включването на допълнителни услуги към регистъра. Специално внимание се отделя на значението на частните кредитни бюра, като се очертават в четири групи проблемите по тяхното изграждане в България.

Много подробно в теоретичен аспект се разглежда системата за маркетингови изследвания в три основни етапа: поставяне на проблема и формулиране целите на изследването; източници на информация за изследването и типове изследвания и резултати от тях. В теоретичен аспект се изяснява банковият аутсорсинг и се систематизират причините за неговото прилагане. В българската практика възлагането на процедура по аутсорсинг се разглежда от юридическа, икономическа и техническа страна.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Банков аутсорсинг - състояние и проблеми на проявление в българските кредитни институции“, изпълняван в периода 2015 – 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Асенова, М., Б. Кръстев.* Банков маркетинг. В. Търново: Фабер, 2012.
2. *Банковски аутсорсинг: теоретическите и практическите аспекти: Учебно пособие / Под ред. д-ра екон. наук. проф. Г. Н. Белоглазовой.* – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.
3. *Котлър, Ф.* Основи на маркетинга, част първа. С., 1993.
4. *Маринова, Е.* Маркетингът – продукт, реклама. Варна: Princeps, 1992.
5. *Наредба № 22* за централен кредитен регистър на банките.
6. *Прайд, У., О. Феръл.* Маркетинг: концепции и стратегии. С.: ФорКом, 1994.
7. *Спицын, О. И., О. Я. Спицын.* Маркетинг в банке. АО “Тарнекс” 1993.
8. *Badoc, M.* Marketing management dans la banque et l'assurance europeennes. Paris, Les Editions d'organisation, 1986.

9. *Doyle, P.* Marketing Management and Strategy. Hemel Hempstead: Printice-Hall, 1994.

10. *Zollinger M.* Marketing bancaire (Vers une banque du troisieme type), Paris, Dunod, 1985.

Евгений Стоянов

**ИНСТИТУЦИОНАЛНО
УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ОДИТНИТЕ
МОДЕЛИ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Проф. д.н. Евгений Стоянов е роден в град Сливен. Научното му израстване е свързано с придобиване на научно-образователна степен „доктор“ с тема по стратегически контрол през 2008 година в УНСС, а „доктор на икономическите науки“ – с тема по приложение на системите за управленски контрол в социалната сфера през 2016 година в НВУ „Васил Левски“.

Като преподавател се изявява във висши учебни заведения като Университет „Асен Златаров“, Нов български университет, Висше училище по агробизнес и развитие на регионите и др. Първата си хабилитация получава през 2010 година, а втората – през 2014 година.

Научните интереси на Е. Стоянов се проявяват в области като контрол, одит и финансов анализ и управление в нематериалната сфера.

Името му се свързва с написване и създаване на научна и учебна литература, както и с участие в множество научни форуми у нас и в чужбина.

INSTITUTIONAL IMPROVEMENT OF AUDIT MODELS

Евгений Стоянов

Abstract

The study analyzes the evolution of the model thinking in the field of the financial audit. The goal is to accumulate evidence justifying the idea that institutionality is a key factor in this process. For this reason, the exhibition presents the main audit models and then compares them.

Keywords: model, audit, institutionality.

ИНСТИТУЦИОНАЛНО УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ОДИТНИТЕ МОДЕЛИ

Евгений Стоянов

Резюме

Студията анализира еволюцията на моделното мислене в сферата на финансовия одит. Целта е да се натрупат доказателства, с които се обосновава тезата, че институционалността е ключов фактор в този процес. По тази причина изложението представя основните одитни модели и след това ги съпоставя.

Ключови думи: модел, одит, институционалност.

ВЪВЕДЕНИЕ

Идеята за независим одит, придобивайки институционалност като съществено качество и преминавайки през процесната оптимизация на институционализацията, намира възможности за изява в редица сфери на общественото развитие. Обективно погледнато в публичното пространство се установява една система от контролни изяви, които са тематично и функционално обвързани с идеята за одит. Неговият системен характер създава възможност логическата връзка на институционалните модели в известна степен да се възприеме като израз на йерархическа зависимост, обоснована от нивата на субординираност¹. В този смисъл като институционално установени модели в изложението се анализират вътрешният контрол, вътрешният одит, външният одит и държавеният одит.

Вътрешният контрол е приобщен към тази система, поради вменената му роля самият той да бъде обект на контрол от страна на вътрешния одит от една страна и от друга, като задължително условие за развитието на вътрешния одит той го развива и усъвършенства. По отношение на взаимодействието вътрешен и външен одит в определено отношение и при добро съгласуване може да се възприеме и като сложна субектна структура на единната организационна финансово-контролна система, донякъде осъществяваща различни нормативно регулирани операции, които обаче се обединяват от общия контролен обект и възможността да му бъде оказвано пълно контролно въздействие².

Пишейки за независимия одит, е нормално и естествено да бъде споменат и държавният одит. Основанието за това може да бъде открито от една страна поради идейното единство по отношение на развитието на контрола, а от друга, поради възможността всички форми на одит да взаимодействат при определени обстоятелства. В известна степен базата за взаимодействие между независимия външен и държавния одит е наличието на специфични обекти, функциониращи като публично-частни партньорства, при които съхраняването на заявените интереси на участващите и заинтересовани страни се свързват с юрисдикция на отделни, самостоятелно одитиращи субекти. Тук все пак има и други различия, произтичащи от степента на независимост от една страна обоснована единствено и само от закона и

¹ Развитието на максимална субординираност в целия процес се свързва и с установяването на висока степен на йерархическа междумоделна зависимост, обосноваваща се на внасяне на всяка следваща промяна на нормативната база. Тази тенденция търпи бурно развитие след въвеждането на антикризисни актове, т.е след 2003 година за САЩ и след 2006 за Европа.

² По-подробно: Стоянов Е., Управление и контрол на проекти, Б., Либра скорп, 2010, с. 72-73.

очакванията на обществото, а от друга, когато освен тези условия се добави и присъствието на държавата, като механизъм за целенасочване в строго определена посока на заявени интереси. Казано с други думи наличието на императивност в държавния одит и от определянето му като „четвъртата власт“³ могат да бъдат разгледани като ефект именно на приоритетното държавно присъствие, обясняващо се с развитието на държавните финанси и употребата на публични средства и произтичащата от това различна власт.

При реализацията на същностната характеристика се ползват триизмерни модели и се добавят специфични особености, преимуществено изразени във функционирането или при структурирането на конкретния институционален модел.

ОСОБЕНОСТИ НА ВЪТРЕШНО ОРГАНИЗАЦИОННИТЕ МОДЕЛИ

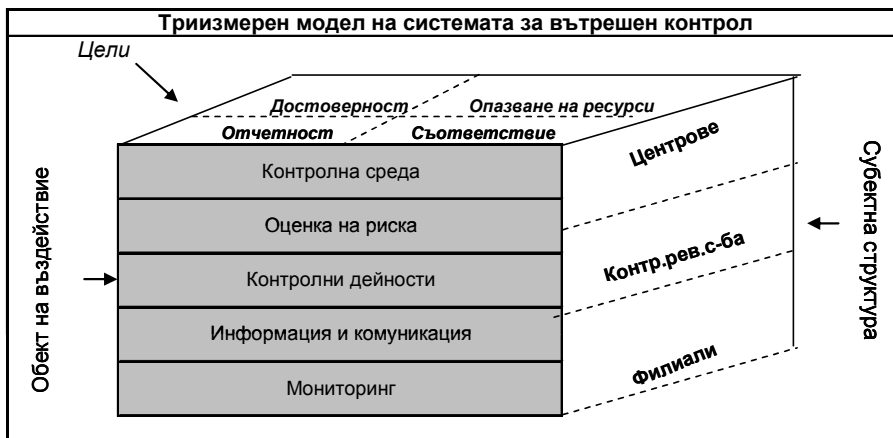
Вътрешен контрол

Ретроспективният преглед на контрола като социален феномен показва и доказва, че вътрешният контрол е може би една от най-старите форми на проява на контролно въздействие, поради факта, че и в най-примитивните социални формации, с черти на елементарно организирани структури е осъзната необходимостта от управление, съчетано по-скоро с интуитивни коригиращи, отколкото със съзнателни контролни действия.

Въпреки своето интензивно развитие, икономическата наука и по-конкретно науката за управлението, по отношение на контрола и в частност внимание на вътрешния контрол е отделено сравнително късно, или по-конкретно, последната четвърт на ХХ век⁴. Попадайки във фокуса на внимание, вътрешният контрол провокира разработването на Интегрирана рамка за вътрешен контрол, в която прави впечатление, че засегнатите проблеми са много повече и с много по-широк обхват от „измамното финансово отчитане“.

³ По-подробно: Петрова, Д. Одит в публичния сектор (учебник за ДО / ИСК при УНСС), 2004, с. 151-153.

⁴ Развитието на идеята за вътрешен контрол се свързва с констатираните проблеми на множество организации в САЩ в края на 70-те и началото на 80-те години, свързано с измамно финансово отчитане. По този повод се инициира Национална комисия, чиито правопреемник е известната Комисия Трейдудей, разработила през 1987 г. доклада “Integrated Control – Integrated Framework”, наложен като фундаментална основа за развитието на вътрешния контрол. По-подробно: Симеонов, Ламбовска, цит. пр., с. 62.



Фиг. 1. Триизмерен модел на системата за вътрешен контрол

Моделът за вътрешен контрол на КОСО⁵, окончателно завършен и обявен през 1992 година, е своеобразен и консолидиран израз на концептуална прозрачност на базата на критериална конкретика. Този акт създава условия за утвърждаването на вътрешния контрол като обществено значима контролна изява. “За много кратък период “рамката” се превръща в стандарт за разбиране и установява ефективни вътрешни контроли практически във всички бизнес организации”⁶.

Подетата инициатива намира израз на световно равнище в Указанията на ИНТОСАЙ⁷ за прилагане на стандарти за вътрешен контрол в публичния сектор, а на националнов Закона за финансово управление и контрол в публичния сектор (ЗФУКПС)⁸.

Като цяло Р България има добри традиции и опит в областта на контрола и някои от изискванията на Закона се прилагат в организациите от публичния сектор. Пример за това са утвърдени правила и процедури, за управление на човешките ресурси, организацията на счетоводството, документирането и документооборота, предварителния контрол и др. наред с това Законът въвежда нова терминология, принципи и изисквания, които се

⁵ КОСО – Комитет за спонсориращите организации на комисията Трейдусей, включващи представители на пет професионални организации като: Института за вътрешни одитори, Американския институт за сертифицирани експерт-счетоводители и др. По-подробно: Милър Р., Съвременен вътрешен одит: теория и практика, /пр. от англ./ С., 2007, с. 109.

⁶ Милър Р., цит. пр., с. 110.

⁷ Прилагането на стандартите в публичния сектор е наложено посредством Указанията за прилагане на стандартите за вътрешен контрол през 2004 г. от ИНТОСАЙ.

⁸ Обн. ДВ бр. 21 от 10 март 2006 г.

прилагат в страните на ЕС. Възприема се ново тълкуване на вътрешния контрол, като интегрирана рамка, включваща пет взаимосвързани елемента: контролна среда, управление на риска, контролни дейности, информация и комуникация и мониторинг. По този начин Законът въвежда актуално определение за вътрешен контрол, според което контролът не се изчерпва само с финансовия, а се прилага към всички аспекти от организационната дейност.

За анализа на вътрешния контрол е нужно да се направят две уточнения, имащи съществена значимост в неговото разбиране и тълкуване, залегнали в Закона.

1. Поради пълна съгласуваност с Рамката на КОСО и Указанията на ИНТОСАЙ за прилагани стандарти в цялото изложение изразите Финансово управление и контрол и вътрешен контрол се възприемат като синоними.

2. По смисъла на Закона организации от публичния сектор са: организации, разпореждащи се със средства от държавния бюджет, с извънбюджетни средства, със средства от общинските бюджети, със средства, гарантирани от Република България, със средства по фондове и програми от ЕС, Търговски дружества и държавни предприятия по Търговския закон⁹ и други организации, разпореждащи се с публични средства по силата на нормативен акт.

Съгласно нормативната база и след направените разяснения се възприема, че „вътрешният контрол е цялостен процес, интегриран в организационните дейности, осъществяван от ръководители и служители на организациите. Той се реализира чрез контролна система, включваща политики и процедури, въведени от ръководството на организациите, с цел да се осигури разумна увереност, че целите на организациите са постигнати в съответствие със законодателството, вътрешните актове и договори, обосновавайки се върху доказана надеждност и всеобхватност на финансовата и оперативната информация при съблюдаване на принципи като икономичност, ефективност и ефикасност на дейностите и опазване на активите и информацията“¹⁰.

Приложената дефиниция на вътрешния контрол провокира размисли в два аспекта: Първо. Участието на ръководителите на организации е свързано с управленската отговорност, която според Закона е задължението им да осъществяват всяко действие, спазвайки принципите на добро финансово управление, законосъобразност и

⁹ Търговски закон – чл. 61; чл. 62, ал. 3 с посл. изменения

¹⁰ Стоянов, Е. Финансов контрол, Б., Либра скорп, 2010, с. 150.

прозрачност, включително да се отчитат за действията си и резултатите от тях пред тези, които са им делегирали правомощия по управленската отговорност. Второ. Въвеждането на понятието „разумна увереност“ разкрива, че вътрешният контрол е ангажиран с онова задоволително ниво на увереност, което изисква разходите за вътрешен контрол да не надвишават очакваните ползи от него.

Характеристиките на вътрешния контрол и относителната свобода в действията на всяко организационно ръководство при изграждането на системи за вътрешен контрол да поставят във фокуса на внимание освен част от служителите на финансово-счетоводните отдели и центровете за отговорност.

В икономическата литература в края на 60-те се формира понятието център за финансова отговорност¹¹ като технологично обособена единица на бюджетното управление. Центърът на отговорност е област на вътрешно-организационна активност и контролно-аналитична ангажираност в организацията, за управлението на която са делегирани правомощия на даден субект (мениджър). „Същността на правомощията отразява правоотношенията и отговорностите в дейността на центъра“¹². Важно е да се отбележи, че центровете по отговорност са сегменти с временен характер от неформалната организационна структура в повечето случаи. Причина е функционалната им ангажираност. В практиката често центровете на отговорност не са идентични на звената от организационната структура¹³.

Припознаването на центровете за отговорност като съществени части от системата за вътрешен контрол се базира върху:

I. Възприетото разбиране за самата същност на вътрешния контрол по отношение на реализирането на политики и процедури, въведени от ръководството на организациите, с цел да се осигури разумна увереност, спрямо съответствието със законодателството, надеждността и всеобхватността на финансовата и оперативната информация, икономичността, ефективността и ефикасността на дейностите и опазване на активите и информацията намира конкретен израз в преобладаващата част от функционалната характеристика на самите центрове.

¹¹ Ивашкевич, В. Проблемы учета и калькулирования себестоимости продукции, М. Финансы, 1974, с. 71.

¹² Ивашкевич В., цит. пр., с. 114.

¹³ По-подробно: Ламбовска М., Бюджетно управление на стопанската организация, С., Екс-прес, 2007, с. 33.

II. Фокусът на внимание е поставен основно върху различните аспекти на финансовата дейност на предприятието, като според мястото в йерархията по повод на вътрешния контрол се реализират строго определени дейности – от управленско или от аналитично естество.

III. Макар че вътрешният контрол заема важна част от делегираните правомощия на ръководителите в една организация е съвсем нормално натрупването и анализът на информация да се извършват организирано и целенасочено от конкретни специалисти в конкретни области. Икономисти и анализатори възприемат становището, че „поради неформалния характер на част от обособените центрове, отношението към отговорността е в основана на успеха и самата идея и на организацията“¹⁴.

Различните гледни точки при анализа на социално-икономическия феномен „отговорност“ позволяват да се преосмисли функционирането на всяко звено и част на икономическия субект. Само в случай на положителни отговори в процеса на тестване по всички условия, могат да се сформират центрове на финансова отговорност, неформално прикрепени към звена от различни йерархически нива. Това е принципът на създаване на сложна вътрешно-контролна система от центрове на финансова отговорност (все още с приоритет на разходите) от отделната личност през бригади и цехове, производства и отдели до общото организационно ръководство¹⁵. Основна форма на контрол върху дейността на центрoвете на отговорност е финансово-счетоводният контрол, в който се развива нова подсистема от аналитични сметки, характеризираща разходите по центрове.

За да се припознае определена личностна формация като конкретен тип център за отговорност¹⁶, е необходимо „да се разгледа нейната функционална обособеност, да се определи ролята ѝ при формиране на финансовите резултати, мястото ѝ в разпределението на ресурси, както и степента на автономност спрямо други звена, както и в цялостната структура“¹⁷.

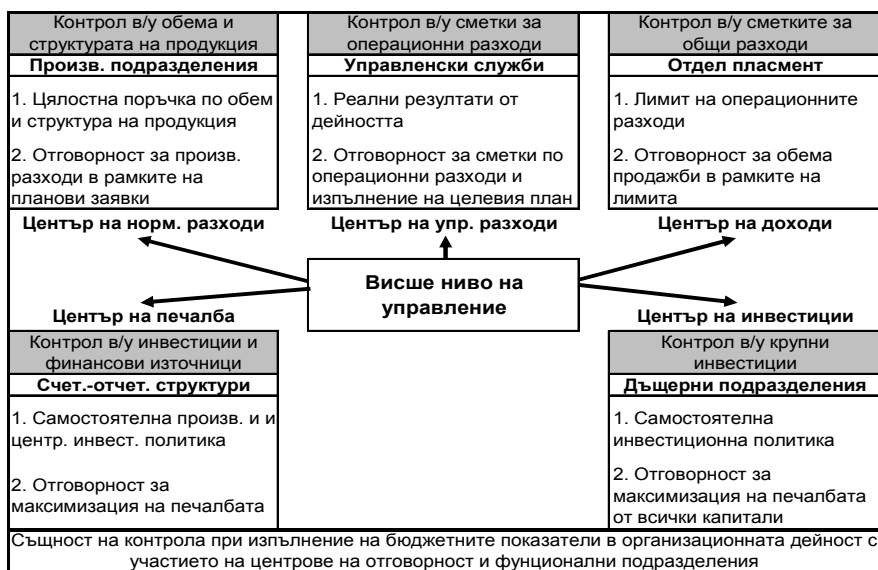
¹⁴ Чумаченко Н., Учет и анализ промишлености США, М., 1971, РиТ, с. 52.

¹⁵ По-подробно: Стоянов Е., Системи за управленски контрол, Б., Либра скорп, 2009, с. 31-33.

¹⁶ Специализиратa литература дава сведения, че центрoвете за отгoвoрност се обект на внимание и изследване още със своята поява. Анализът на писаното по този въпрос предоставя данни за няколко опита за класификация. В първия са определени три вида центрове - на разходи, на печалба и на инвестиции. /Arnold J., Hope T., Accounting for Management Decisions, 2-d ed., Prentice-Hall, 1990, p. 285/. Вторият класификатор обособява следните видове центрове на отговорност: бюджетни, по разходи, по печалба, по инвестиции /Larson K., Pyle W., Fundamental Accounting Principles, 11-nth ed., IRWIN, 1988, p.127./.

¹⁷ Стоянов Е., Системи за управленски контрол, Б., Либра скорп, 2009, с. 31.

В съвременните виждания по този въпрос се оформя становището, че в основен тип център на отговорност по критерия „естество на дейност“¹⁸ могат да се фиксират основни и спомагателни такива¹⁹. В последните години на ХХ век за нуждите на контрола в организации от корпоративен тип се появяват и центрове за определено ниво или за част от финансово-контролните операции. Консолидиран израз на тенденцията са утвърждаващите се като основен вид център за управленски разходи и в някои случаи като спомагателен за нормативни разходи. „Определящо за регулирането на взаимоотношенията е тежестта на правомощията и обема на контролираната дейност“²⁰.



Фиг. 2. Същност на контрола при изпълнение на бюджетните показатели

Нивото на приходи и разходи винаги се явява съществена част от оперативнo-тактическите цели на всяка организация. Чрез достигането на определени нива на целевите показатели по приходи и разходи може ефективно да се настрои цялостната управленска дейност. „Разработването на технология за отчитане на дейността на

¹⁸ Карпова Т. П., Управленческият учет, М., Юнити, 2000, с. 354.

¹⁹ По-подробно Ламбовска М., цит.пр., с. 34.

²⁰ McIntosh, N., The social Software of Accounting and Control Systems, N.Y., Wiley & Sons, 1985, p. 17.

центровете на отговорност се оказва важна за тяхното концептуално усъвършенстване и институционално утвърждаване²¹.

В условията на задълбочаващата се пазарна и стратегическа ориентация в средата на 90-те години от страна на икономическите субекти рязко се увеличава дялът на обособените „други разходи“²², с което драстично намалява ефективността на центровете на отговорност (по-конкретно на управленски и нормативни разходи). Тази тенденция индикира разместване в основите на контрола, по-конкретно отговорността вече не е еквивалента само на финансови резултати. „Центровете на отговорност изместват своя център на внимание от финансови резултати към ефективност“²³.

В този период от развитието на центровете за отговорност „основен проблем е остойносттаването и отношенията между отчетените разходи и приноса на конкретното звено в процеса по формиране на приходи и печалби“²⁴.

Решаването на този управленски казус е свързано с реалните възможности, които предоставя консолидирането на материалните, стойностните и нематериалните показатели, отразяващи дейността на отделните центрове, с приоритет на формираните на база функционални подразделения чрез реализирането на комплексен, многокритериален анализ²⁵. В този случай контролната рамка значително надхвърля ограниченията, наложени от финансово-счетоводния инструментариум²⁶.

Реализацията на вътрешния контрол е свързана с динамичен процес, в който се преплитат, регулират и координират всички организационни дейности. Реално ефективността на вътрешния контрол е детерминирана от непрекъснато адаптиране към променящата се действителност и произтичащите от това увеличаващи се правомощия на всички заинтересовани от успеха му страни.

Без значение колко добре е структуриран, организиран и управляван този процес, вътрешният контрол не може да предостави на ръководството пълна гаранция и абсолютна увереност по отношение на постигането на целите на организацията и реализацията на заявените от нея на този етап и при създалите се обстоятелства

²¹ Ткачук Е., Как правильно разработать систему учета по центрам ответственности, ж-л Финансовая Деятельность, М., 2006/2, с. 76.

²² Цуркану В.И., Калькулирование себестоимости, Х., АСАР, 2002, с. 132.

²³ Стоянов Е., Системи за управленски контрол, Б., Либра скарп, 2009, с. 36.

²⁴ Краюхин Г., Управление затратами на предприятии, М., Бизнес-пресса, 2004, с. 120.

²⁵ По-подробно: www.cfin.ru, Мошкина Д., Финансовая структура и центры финансовой ответственности.

²⁶ По-подробно: Стоянов Е. 2009, цит. пр., с. 40-42.

стратегии. Реално възможността да се получи пълна и абсолютна увереност е ограничена и по-скоро зависи от някои ключови фактори като ниво на риск и постигнат баланс между разходи и ползи от вътрешния контрол. Поради тези причини е добре да се установи критичната точка, или разумната граница на обосноваваната увереност, която в достатъчна степен да удовлетвори очакванията²⁷.

| Тип Център | Основни подразделения | Условия за премиране | Показатели за премиране |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Център на управленски разходи | Служби от управленски и административен апарат | 1. Спазване на норми за операционни разходи 2. Приемливо изпълнение на целевия план | 1. Икономии по сметки за операционни разходи 2. Надбавки за изпълнение на целевия план |
| Център на нормативни разходи | Производствени и логистични звена | 1. Изпълнение на производствени програми 2. Спазване на плановите размки на продукта | 1. Реализация на планирания обем продукция 2. Ограничителни процедури по себестойност на продукцията |
| Център на доходите | Отдел пласмент | 1. Спазване на лимити по контролируеми разходи 2. Достигане на планов обем на печалба | 1. Преизпълнение на план, продукция 2. Повишаване обема продажби 3. Занижаване на себестойност 4. Намаляване на операционни р-ди |
| Център на печалба | Обособени производствени единици | Достигане на планов обем от брутна печалба | 1. Повишаване на брутната печалба 2. Намаляване на общи разходи 3. Намаляване на материални р-ди 4. Занижаване на обща стойност на готова продукция |
| Център на инвестиции | Дъщерни организации | 1. Достигане на планов обем на брутна печалба 2. Нормативно съобразяване 3. Планово изпълнение по инвестиционни проекти | 1. Повишаване на брутната печалба 2. Намаляване на общи разходи 3. Повишаване обема на продукция 4. Повишаване на продуктовата реализация |
| Условия и показатели за премиране на дейността на центровете на отговорност | | | |

Фиг. 3. Условия и показатели за премиране на дейностите на центровете за отговорност

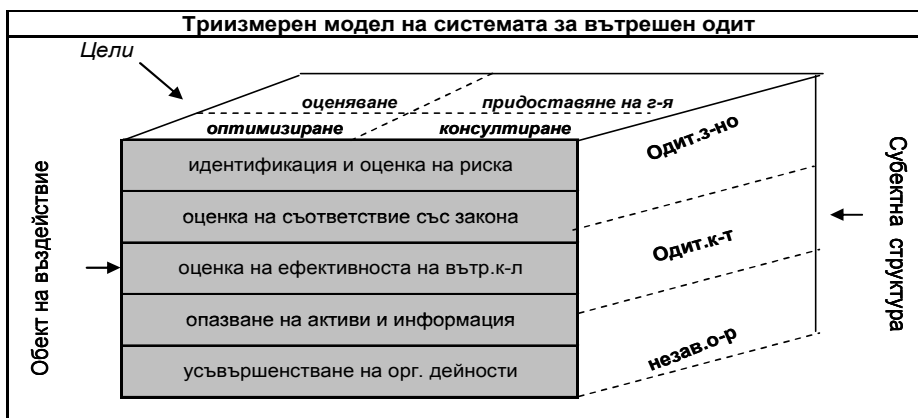
Вътрешен одит

Съобразно текстовете на действащата нормативна база „вътрешният одит е независима и обективна дейност за предоставяне на увереност и консултиране, предназначена да носи ползи и да подобрява дейността на организацията“²⁸. Акцентът в дефиницията привлича вниманието с мястото и приноса на вътрешния одит при добавянето на стойност към организационния продукт. Този акт може да се тълкува като оптимизиране на възможностите за достигането на целите при въвеждане на оперативни подобрение и минимизиране на

²⁷ По този повод може би е много по-удачно да бъде приложено понятието „разумна увереност“. Симеонов обосновава неговото приложение с ключови фактори за организационния успех като несигурност и риск, както и с принципа за икономичност на контрола. По-подробно Симеонов, Ламбовска, цит.пр., с. 63.

²⁸ Закон за вътрешния одит в публичния сектор – обн. ДВ бр.27/31.03.2006г. вкл. посл. изм.

потенциалните рискове²⁹. Казано с други думи, „вътрешният одит помага на организацията да постигне целите си чрез прилагането на систематичен и дисциплиниран подход за оценяване и подобряване на ефективността на процесите на управление на риска, контрол и управление”³⁰. Реализацията на тази дейност е свързана с прилагането на стандарти за вътрешен одит, като поведението на одиторите е изцяло съобразено с етичен кодекс и подчинено на спазването на принципите на независимост и обективност, на компетентност и професионална грижа, на почтеност и поверителност.



Фиг. 4. Триизмерен модел на системата за вътрешен одит

По смисъла на закона, който урежда нормативно цялата същност и механизъм на вътрешния одит, дейността по прилагането му конкретно се осъществява в организации, които формират обектната страна. Такива са организации, разпореждащи се със средства от: държавния бюджет, извънбюджетни средства, от общинските бюджети и фондове, самостоятелни и/или автономни бюджети³¹, средства, гарантирани от Р България, фондове и програми на ЕС³², както и търговски дружества³³, държавни предприятия³⁴ и други организации, разпореждащи се с публични средства по силата на нормативен акт.

²⁹ По-подробно: Симеонов, Ламбовска, цит. пр., с. 71; Институт на вътрешните одитори в Р България, Международни професионални практики по вътрешен одит, (пр. от англ.) С., 2009, с. 40.

³⁰ Институт на вътрешните одитори в Р България, Международни професионални практики по вътрешен одит, (пр. от англ.) С., 2009, с. 2.

³¹ Тук авторът има предвид НОИ, НЗОК и др.

³² По-подробно: Динев М., Симеонов О., Христова Л., Т. Дончев, Държавният вътрешен финансов контрол и условията на разширена децентрализация на управлението на средствата по европейските фондове, МНК на УНСС, 2004, сборник, с. 161-168.

³³ Търговски закон с посл. изм. чл. 61.

Характеристики на субект в процеса на вътрешен одит могат да притежават вътрешния одитор, Звено за вътрешен одит и Одитния комитет.

Делегираното на ръководителя на организацията правомощие да създаде условия за адекватно и ефективно функциониране на вътрешния одит в пълен синхрон и съответствие на закона доказват високата значимост на вътрешния одит при постигането на оптимална ефективност в управлението.

В обхвата на вътрешния одит попадат всички структури, програми, дейности и процеси в организацията. Вътрешният одит в публичния сектор се осъществява от звено за вътрешен одит, състоящо се от ръководител и вътрешни одитори, които са на пряко подчинение на ръководителя на съответната организация и са нейни служители, или вътрешен одитор, който е служител на пряко подчинение на ръководителя на организацията и има правомощия на ръководител на вътрешния одит³⁵.

За да се анализира подробно процесът на вътрешен одит, е редно да се разгледат два значими фактора, предопределящи неговия успех, а именно нормативната база, уреждаща реализацията на вътрешния одит³⁶, и статута на одитния субект (звено и комитет).

Статутът на звеното за вътрешен одит има за цел да представи обхвата, отговорностите, позицията на вътрешния одит на служителите на организацията, за да получат разбиране на дейността и ролята на самото звено³⁷. Статутът допринася и за подобряването на контролната среда в организацията и може да се използва за основа при оценяване на одитната дейност. Опорните пунктове в него са адресирани както към ръководителя на вътрешния одит, така и към ръководството на организацията.

Реално възникването и осъществяването на идеята за одитен комитет може да бъде свързана с две съществени събития и произтичащите от тях промени.

³⁴ Пак там (ТЗ) чл. 62, ал. 3.

³⁵ ЗВОПС – чл. 11.

³⁶ Нормативната база, регулираща вътрешния одит на наднационално (международно) равнище включва практическо ръководство, практически наръчници, позиции и Етичен кодекс. Наборът от споменатите документи съставя Международните професионални практики по вътрешен одит (IPPF). Тяхното актуализиране и доразвиване се осъществяват от Американския институт на вътрешните одитори (ИА). В РБългария се прилагат национални стандарти за вътрешния одит в публичния сектор, създадени 2006 година и съобразени с международните стандарти. По-подробно Симеонов, Ламбовска, цит. пр., с. 76.

³⁷ По-подробно: Насоки за разработване на статут на звената за вътрешен одит в публичния сектор, С. 2006.

Първо. Настоящата икономическа криза се доказва по-сериозна от тази на 30-те години на ХХ век и нейните дългосрочни тенденции се очертаха като крайно негативни. Тези фактори предопределиха предприемането на адекватни действия, доказващи съвременната и адекватна реакция на правителства, бизнес, регулаторни органи и цялата финансова общност. По този повод „повече от всякога се задълбочиха потребностите от необходима прозрачна, уместна, надеждна и разбираемо финансова и нефинансова информация“³⁸.

По този повод бордът на МСС и Американския борд по счетоводни стандарти внасят структурни промени в субектната страна на системата за финансова отчетност. Реално водещи икономисти и анализатори възприемат промяната като естествена антикризисна и отчасти превантивна мярка. Икономическата ситуация и социалните нужди налагат създаване и въвеждане в действие на одитните комитети, възприемани като особени и придобиващи институционалност органи за вътрешен одит в развитието на съвременната икономика и изграждащите я производствени единици.

Второ. Присъединяването на Р България към Евроикономическия съюз провокира редица промени в устройството и функциите на държавната администрация³⁹. Наред със съгласуването, т.е. хармонизирането на нормативната база и функционалните изисквания, обосновани от членството, в редица области закономерно се осъществяват сериозни трансформации, които предпоставят институционален дефицит.

Разместването на социално-икономическите пластове на българското общество и релевантните административни промени не заобикалят и системите за финансовия контрол.

Конкретно в реализация на Директива 2006/43/ЕО в Р България се въвежда създаването и институционализирането на специфичния одитен субект – Одитния комитет⁴⁰.

За да се уточнят същността и целта на одитните комитети, е редно да се разгледа и анализира тяхната нормативна уредба. Нормативно, създаването на тази структура в предприятията е предвидена в Директива 2006/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, относно задължителния одит на годишните счетоводни отчети и консолидираните счетоводни отчети, за изменение на Директива 78/660/ЕО и 83/349/ЕО на Съвета и за отмяна на Директива

³⁸ Бонев Ж., Одитните комитети на Р България, Годишник на ИДЕС – 2009 година, С., с. 58.

³⁹ Устройствен правилник на ИА „Одит на средствата на ЕС“, ДВ, бр. 5, 20.01.2009.

⁴⁰ Закона за независим финансов одит, ДВ бр. 67 от 2008.

84/253/ЕИО и на Съвета. Тези изисквания намират отражение и в българското законодателство⁴¹.

Първото впечатление е, че е нужно ново творческо прочитане на Директивата, за да се адаптира към специфичните български икономически условия и по най-удачния начин да се впише в структурата на закона. Повод за този законодателен акт, съобразно който се инициира създаването на подобни специализирани структури е присъствието на „обществен интерес“. В този смисъл параметрите в съдържанието на това ключово понятие са водещото звено, предопределящо вменияването и задълбочаването на институционалност при конкретните условия на създадената ситуация.

Най-общо като цел за създаване на Одитните комитети се възприема информирането на обществото за състоянието и развитието на определени предприятия, които отговарят на описани в нормативните актове условия.

По своята същност „одитният комитет е специализиран, наблюдаващ, консултативен орган в предприятието, който е независим от изпълнителния директор“⁴². Той изпълнява финансово-контролна функция в съответствие със Стандартите за вътрешен одит в публичния сектор.

Законът, уреждащ независимия финансов одит, регламентира и функциите на одитния комитет, така, както са записани и в текста на Директивата.

Реално се разграничават две функционални направления. В едното се наблюдават процесите по финансово отчитане в предприятието, извършващо дейност от обществен интерес, ефективността на системите за вътрешен контрол в предприятието и нивото на ефективност на системите за управление на рисковете.

При другото се анализира ефективността на независимия финансов одит в предприятието и се извършва преглед на независимостта на регистрирания одитор на предприятието в съответствие с изискванията на закона и Етичния кодекс на професионалните счетоводители, включително като се наблюдават и допълнителни услуги, извършвани от регистрирания одитор на територията на одитираното предприятие.

Анализът в развитието на институционализацията във вътрешния одит дава възможност при надграждането да се реализира и

⁴¹ По-подробно: Глава VIII Б на Закона за независим финансов одит (ДВ. 67 / 2008 г.).

⁴² Устройствен правилник на ИА „Одит на средствата от ЕС“ при МФ (ПМС №346 на МС /30.12.2008, обн. ДВ бр. 5 / 20.01.2009).

съпоставка между институционално представените модели. Като най-нов Одитният комитет притежава специфични особености, в които се разграничава и прогресивното начало, но и нещо, което се развива и създава усещане за определена незавършеност⁴³.

В по-конкретен план и в този смисъл могат да бъдат посочени следните пунктове в нормативната база, където това личи по-осезаемо.

Първо. Дейността на Одитния комитет започва с неговия избор⁴⁴, който се осъществява или от едноличния собственик, или от Общото събрание. Реално до този момент законодателят не е уточнил водещия принцип при избора, защото може би при българските условия все още продължават да се извършват множество преобразувания в капиталовата структура на българските предприятия, в чиято структура съществува одитен комитет.

Второ. В текстовете на закона на този етап не е регламентирана структурата и числеността на комитета. „Добрата световна практика“, прилагаща се при български условия предполага резултатите да се определят мажоритарно, т.е. при нечетен брой гласуващи (членове и председател).

Трето. Недоуточненост по отношение на възнаграждението на членовете, участващи в комитета. Не е допустимо от морална и етична гледна точка даден член от комитета да е в трудови правоотношения със самото предприятие (независимо от квалификацията – договор за управление и контрол, извънтрудов договор или извършване на услуга)⁴⁵, макар че същевременно с оглед на независимостта законодателят да е регламентирал кои лица не могат да бъдат вписани в състава на Одитния комитет.

Четвърто. В текстове на закона са регистрирани пропуски на важни за функционирането на комитета уточнения като срок на мандат и евентуални възможности за многократно избиране.

В чл. 40, ал. 1⁴⁶ е предвидена и възможност функциите на Одитен комитет да се изпълняват от управителния съвет, съвета на директорите или надзорния съвет, при условия че Председателят е различен от Изпълнителния директор.

Въпросът с отчитането на Одитния комитет е регламентиран като отчетът на дейността им се прави пред избирателя в лицето на

⁴³ По-подробно: Бонев Ж., цит. пр., с. 67-68.

⁴⁴ Този акт е уреден с чл. 40е, ал. 2 на ЗНФО.

⁴⁵ По-подробно: Бонев Ж., цит. пр., с. 68.

⁴⁶ ЗНФО.

едноличния собственик или Общото събрание веднъж годишно, заедно с приемането на годишния отчет.

На този етап при анализ на взаимоотношенията независим одитор, Одитен комитет и ръководство съществува определена еднозначност по отношение на разпоредителната функция, защото и одитора и комитета се отчитат на ръководството. Включително и самият избор на независим одитор, макар да се извършва с препоръка от комитета, на този етап в законодателството е постановено, че решението го взема ръководството.

По отношенията на комитет – одитор е регламентирано, че одиторът е длъжен да представя ежегодно декларация за своята независимост, да информира Одитния комитет за услугите, които предоставя на предприятието и да обсъжда с Одитния комитет възникнали и регистрирани заплахи, свързани с независимостта на предприятието и мерки срещу тях, макар че за по-висока степен на сигурност това може да прави и Одитния комитет, позовавайки се на вменената си роля на консултативен орган.

Тук е мястото да се допълни, че Етичният кодекс на вътрешните одитори е един своеобразен регулатор и катализатор на рационалното целесъобразно поведение, който предполага формирането в звената и в комитетите на конкретна по формат и съдържание организационна култура и предопределя в голяма степен успеха на вътрешноодитните мероприятия и съпътстващи ги процедури⁴⁷.

Изложеното за същността, съдържанието и състоянието на вътрешния одит дават възможност да се каже, че съществуват много въпроси за конкретизиране и доуточняване, в които практиката, междуинституционалното и междуличностното общуването, но и адекватната работа на законодателя имат какво да доразвият, преосмислят и добавят. А контролът върху тази специфична финансово-контролна форма може би ще принади допълнителна стойност, прилагайки „безкомпромисно“ в своята надзорна дейност ключовите принципи⁴⁸ и по този начин ще създаде още авторитет на доверието, изказвано от вътрешния одит⁴⁹.

⁴⁷ Етичен кодекс на вътрешните одитори – МФ 21.04.2006 г.

⁴⁸ По-подробно: „Ключови принципи за независимите одитни регулатори (IFIAR)“ материали от Международен форум на независимите одитни регулатори (IFIAR); Симеонов, Ламбовска, цит. пр., с. 95.

⁴⁹ Идеята за оказване на контрол, или по-скоро надзор върху работата на упражняващите независим финансов одит не е много нова, но нейната реализация се свързва с последните 10 години. „Създаването на подобни регулаторни органи започва в САЩ през 2002 година след приемането на закона Сарнбейс-Оксли (SOA)“. В ЕС този акт се реализира след приемането на Директива 2006/43/ЕО. За България орган с такива функции е Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори (2008). По-подробно: Симеонов, Ламбовска, цит. пр., с. 95-96.

СПЕЦИФИКА НА ПУБЛИЧНИТЕ ИНСТИТУЦИОНАЛНИ МОДЕЛИ

Външен одит

Разглеждайки различните видове одит и техните обществени прояви, прави впечатление, че едни от основните фактори, които имат критериално значение както за ефективността на процедурата, така и за успеха на цялата инициатива или мероприятие, е обективността. Възможността за самостоятелна, или по-скоро относително индивидуална изява на този принцип е немислима, поради сложния и еkleктичен⁵⁰ характер на контролната дейност, доказващ се от протичането на различни по интензитет и целенасоченост тенденции при оказването на корективно въздействие в цялостния контролен процес.

Но съществува и друг принцип, който може да се разгледа едновременно и като следствие, и като предпоставка за проявите на обективността, какъвто е независимостта. Наличието на ограничения от обективен и субективен, социален и организационен характер, доказват, че „нейното ниво е индикатор за промяна в общественото отношение към контрола и одита, като същевременно е и показател за целесъобразно и мотивирано преосмисляне в съдържанието на финансово- контролната дейност, намираща може би най-сериозно отражение в определени форми на финансовия контрол и по-конкретно в независимия външен одит“⁵¹.

Въпреки че в предходните глави на изложението многократно бе определяно явлението „одит“, още веднъж може да се каже, че това е съвкупност от процедури по събиране на данни от независими лица, организирана като системен процес, протичаща под формата на оценъчна дейност, реализирана с цел формиране на мнение за степента на съответствие на финансовите отчети с общоприетите счетоводни принципи и изисквания и степента на правдоподобност при създаването на информация за протеклите стопански събития и икономически операции⁵² (Фиг. 5).

Съгласно правнореглативния регламент тази дейност е в правомощията само и единствено на правоспособни дипломирани

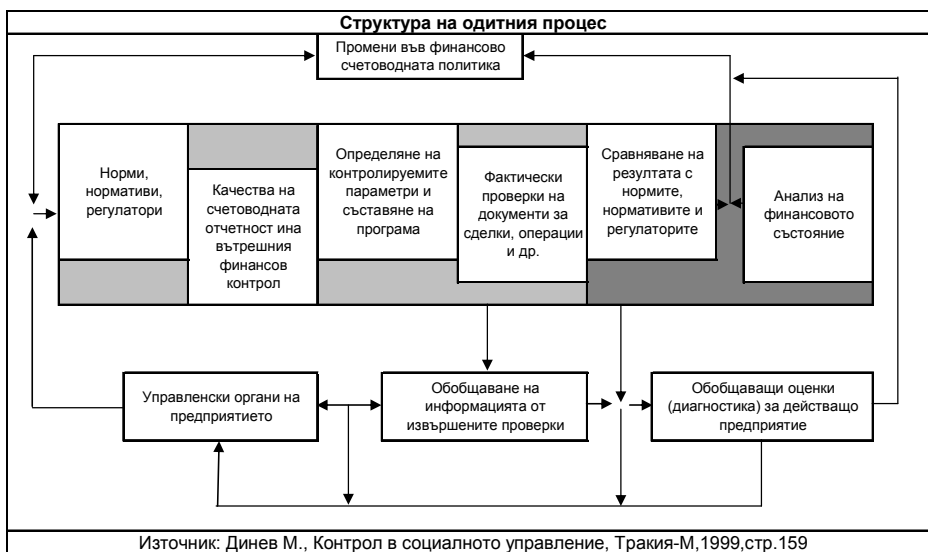
⁵⁰ Същностна характеристика на социални явления, свидетелстваща за съвместяването на различни по характер и произход свойства в определеното и наблюдавано явление, които в обществото трудно биха функционирали едновременно.

⁵¹ Стоянов Е., Финансов контрол, Либра скорп, Б., 2010, с. 188.

⁵² По-подробно: Иванов, Костова, Одит, Фабер, ВТ, 2012, с. 19-20; ЗНФО, чл. 2.

експерт-счетоводители, притежаващи висок морал и сериозна подготовка, предоставящи им правото да упражняват независимо своята професия. „Независимият одитор (а не държавният) е правоспособен ревизор, който владее до съвършенство методологията на счетоводството и технологията на финансовия контрол“⁵³. Сред разнородната маса от функциониращи икономически агенти практикуващият одитор се явява като представител на една съществена част от публично заявените очаквания на заинтересованите страни.

Извънзаконово установеното статукво в неговата актуална характеристика се разкрива и възможността при всяка професионална изявява да придобива и качества на своеобразен медиатор, поради произтичащите от правомощията му реални възможности да балансира поне от част от обществените интереси.

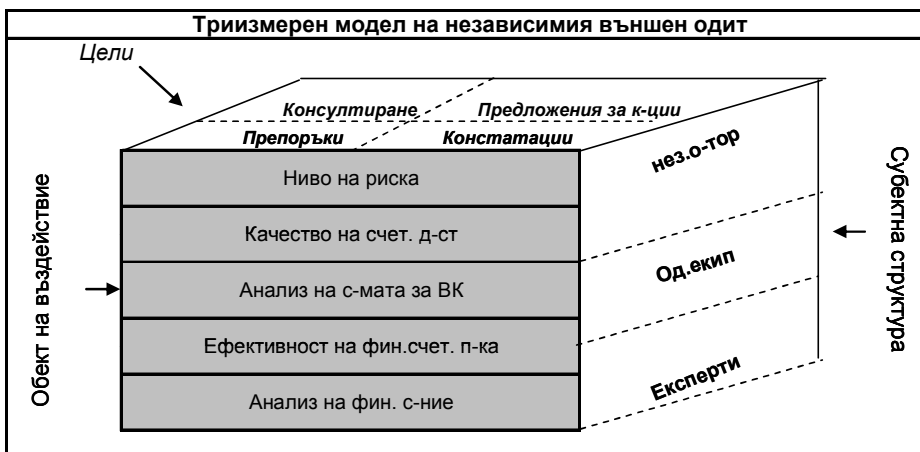


Фиг. 5. Структура на одитния процес

Идеята за този тип своеобразно одиторско представителство се обяснява с професионалните ангажименти, осъществявани върху резултатите от методите на управляващите собственици да привличат допълнително външно финансиране, как това внася изменения в контрола и по какъв начин финансовата отчетност дава основание да продължи процеса в повечето случаи на разглежданото финансиране. Особеното в този процес е, че при всеки нов акционер гаранциите

⁵³ Динев М., Христова Л., Одиторски контрол, С., ФорКом Висулчев, 1992, с. 6.

стават все по-хипотетични, а сигурността все по-хазартна по своя характер и именно при тези условия изказаното независимо мнение се тълкува като гаранция за търсене и постигане на консенсус.



Фиг. 6. Триизмерен модел на независимия външен одит

По отношение на развитието на независимия финансов одит може да се каже, че това е доказателство и положителен резултат от регламентирана приемственост и спазени традиции. „Традициите предопределят свързаната с одита, увеличаваща своя обем и качество система от обществените критерии и очаквания, адресирани и към упражняващите тази специфична дейност“⁵⁴.

Редица водещи теоретици и анализатори, работещи в сферата на финансовия контрол и одита смятат, че „реалните възможности на одитора да заверява годишни счетоводни отчети го правят съпричастен в една максимално обективна оценка за финансовото състояние на предприятието“⁵⁵. В този ред на мисли дейността на одитора е своеобразен регулаторен механизъм, свързан с ефективното управление на обществените интереси, но и притежаващ ключово място в процеса по възприемането на регистрираните от тяхното развитие социално-значими резултати.

В този смисъл, в сравнение с държавния одит в съдържанието на процеса на независимия финансов одит преобладават препоръчителни действия, включително съвети и предоставяне на добри и възможни решения, т.е. може да се говори за изграждане и

⁵⁴ Стоянов Е., Финансов контрол, Б., Либра скорп, 2010, с. 188.

⁵⁵ Динев, Христова, цит. пр., с. 6.

утвърждаване на консултантско отношение на одитора към клиента. Предоставените от одитора препоръки могат да бъдат оприличени като специфични и конкретен израз на принципното начало в одита. Краткият, но критичен преглед, направен върху правомощията на независимия одитор формират впечатлението, че в професионалната му дейност определено липсва императивното начало.

Въпреки написаното в предходната част за независимия финансов (външен) одит винаги има още нещо да се добави. Обективно погледнато, фокусът на внимание се насочва към определени специфични особености, заложили и регламентирани в нормативната база като принципно развитие и усъвършенстване на одита. Тази насока на изложението е заложила по една-единствена причина, че ако акцентът се постави върху казусите от практиката, макар и стандартизирана, при всеки създаден доклад и във всеки следващ момент нещо ново появило се ще доказва за пореден път, че одитът не спира да се развива, но успоредно с това и неговото регулиране регистрира перманентен дефицит породен от невъзможността стандартите да обхванат напълно пулса на променящата се действителност.

Анализът на независимия одит създава възможност да бъде проследено и развитието на взаимоотношенията между субектите на вътрешния контрол, вътрешния одит и външния одит. Реално това е най-динамичната част от тази сложна контролна система.

Процесът на взаимодействие създава предпоставки за структурно и функционално усъвършенстване.

По отношение на развитието на функционалността може да се каже, че това е релевантен на потребностите на икономическата действителност процес, който е разглеждан в предходните глави.

По отношение на структурата нещата стоят в определен смисъл доста по-различно. Единственото общо с процеса по функционално усъвършенстване е, че и при структурното развитие се наблюдават сериозни и обосновани промени.

Разглеждайки организационния дизайн⁵⁶ на социалната система за независим одит, най-общо може да се приеме становището, че и при нея дизайнът е продукт на съдържанието, т.е. структурата е функция на заложената социално значима стратегия.

⁵⁶ Deming W.E., The New Economics for Industry, Government, Education, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 2005, p. 31.

Анализът върху отношенията между институционалните модели и институциите, които ги реализират в голяма степен се вписват в представата за йерархически организирана структура.

Исходната точка е твърдението, че „подходящата структура дава решения при разделянето на труда на отделни задачи и създава подходящи условия за ефективна координация в действията по тяхното пълно и цялостно решаване“⁵⁷. Съобразно разбиранията на Минцбърг за организационния дизайн функционирането на съвременната организация се обосновава от пет части – операционно ядро, стратегически апекс, средна линия, техноструктура и взаимоспомагателен персонал.

Анализът на системата за независим одит на базата на споменатата теоретична конструкция се прави с известни уговорки.

Първо. На базата на функционални ангажименти и текстове от нормативната база⁵⁸ се създава условното причисляване на конкретни институционални модели към определена конструктивна част или ниво.

Второ. Вписването на институционалните одитни модели в теоретичната конструкция дават възможност да се анализира системата за независим одит от още една гледна точка.

Трето. Въпреки че в исторически план всеки модел за одит възниква и се обособява в различно момент значимостта на самата идея и потребностите на обществото са предположили създаването на цялата система за независим одит.

При изложението причисляването на конкретни институционално представени модели към съответното ниво на условната система се прави не в йерархичен порядък, а по хронология. В този смисъл като представители на операционното ниво се възприемат независимите (външни) одитори. Класификацията се обосновава върху същността и съдържанието на техните ангажименти.

Като стратегически апекс в системата на българския одит се обособява и изявява ИДЕС. Реално теоретичните изисквания⁵⁹ и функциите, които осъществява института се припокриват и по отношение на създаване на методология, и по отношение на оказвания контрол, и стратегическо отношение, и упражняването на власт над всички свързани и имащи отношение към професионалния независим

⁵⁷ Mintzberg H, 2004, Structure in Fives, McGill University, p. 19.

⁵⁸ Авторът има предвид българската нормативна база. По-подробно: ЗНФО и другите използвани в практиката поднормативни актове.

⁵⁹ По-подробно: Mintzberg H, 2004, цит. пр., p. 35.

одит. Дори тук може да се вметне, че с въвеждането на системата за контрол на качеството на одиторската дейност и съвместната дейност с публичния надзор, центърът на управленската тежест на стратегическия апекс се измества еднозначно към все по-строг и ефективен цялостен контрол.

Техноструктурата в одитната практика се обособява на базата на всички субекти свързани с реализацията на вътрешен одит, независимо от формалното им представяне и структуриране.

Припознаването на субектната страна от системите за вътрешен контрол като своеобразен взаимоспомагателен персонал донякъде не се припокрива с теоретичните виждания, поради това, че от упражняващите вътрешен контрол се изисква да притежават висока квалификация и професионални навици, т.е. реално разминаването се констатира в специализацията на извършваната дейност. Към характеристиката на тази организационна категория може да добави, че реално тя е възникнала първа, включително в сравнение с изявата на независимите одитори, на все пак предложеното подреждане се създава по целесъобразност, обосновавайки се на водещото начало на идеята за одит и ролята на разглежданите субекти в процеса по формиране на легитимирането, изграждане на суверенитет и вменяване на институционалност.

Като последна част от теоретичната конструкция се обособява така наречената средна линия. Съобразно теоретичните изисквания на Минцбург, но при съблюдаване на текстовете от закона като субекти на средната линия могат да бъдат припознати одиторските екипи и в последно време „одиторските мрежи“⁶⁰. Реално появата и най-вече функционалното утвърждаване създават усещането, че цялостната система за независим одит, изключая държавния одит, работи в съгласуваност и като субектна структура има потенциал да обхване в оптимални граници очакваното от обществото. Късното възникване и обособяване на тази организационна категория и упражняването на известна свобода при одитните ангажменти дават основание да се регистрират няколко тенденции, свързани с организацията и провеждането на одита.

Първо. Известната свобода на поведение при провеждане на одитни ангажменти доказва задълбочаващото се присъствие на творческото начало в одита и същевременно, че социалната система за

⁶⁰ ЗНФО доп. разпоредби №14.

независим одит се саморегулира, адаптира и при строг самоконтрол реализира своето усъвършенстване.

Второ. Утвърждаването в практиката на подобни „по-свободни“ или адхократични звена в утвърдени йерархични социални структури създава възможности за по-бързо и ефективно международно интегриране и своевременно усвояване на иновации и „добри“ практики.

Трето. Продължаващото търсене на структурни решения в системата на независимия одит, въпреки нейния строго дефиниран и отчасти бюрократично- консервативен характер, доказва, че тя не спира да се развива както в съдържателно отношение, така и по отношение на организационния дизайн.

Държавен одит

Независимостта при реализацията на контролно въздействие е проблем, въпрос или дилема, която занимава от дълги години изследователите, работещи в областта на теорията на контрола. Анализът върху проявите на независимостта формира мнението, че нейното присъствие в работата на контролните органи и институции е твърде относителна, както по форма, така и по съдържание. „Класическото твърдение, че не съществува пълна и абсолютна независимост, и тук намира потвърждение, но тази относителност е обоснована върху високата степен на самостоятелност по отношение на избор и технология на контролното въздействие“⁶¹.

Тази дефинирана независимост е законодателно регламентирана. Типичен представител на независимия контрол на територията на Република България е Сметната палата (СП). Тя, съгласно Конституцията, е обособена като част от държавното управление.

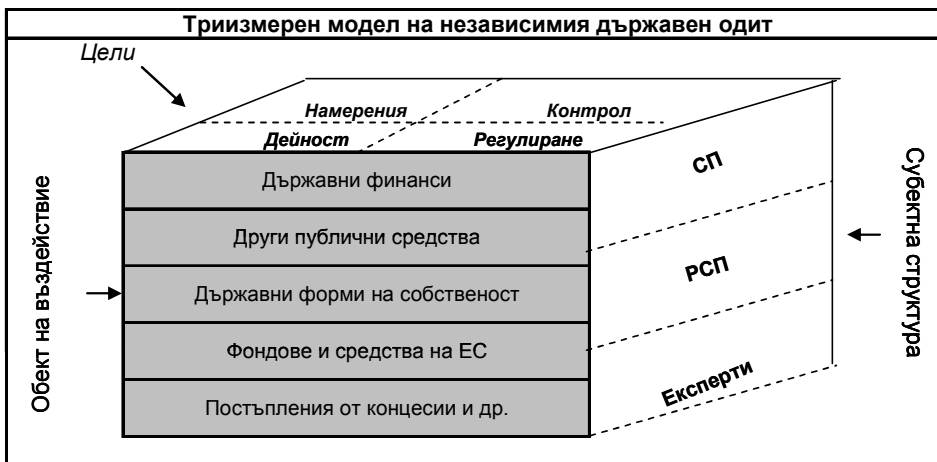
Ако реално се свърже институцията Сметна палата с идеята за одит, обоснован от социалните очаквания, контролната функционалност и потребностите на държавата, навярно най-точно може да се каже, че това е „одит на доброто финансово управление“⁶². Вземайки в предвид намесата на държавата, като най-висш заявител и обединител на значими интереси по-конкретно може да се каже, че става дума за „одит на стойността на парите“⁶³. И при двата опита за определение има изказано достатъчно съществено за одита, който се

⁶¹ Динев М., Контрол в социалното управление, С., Тракия-М, 1999, с. 144.

⁶² Иванов Г., С. Костова, Одит, Фабер, ВТ, 2012, с. 195.

⁶³ По-подробно: Петрова Д., Одит в публичния сектор, ИСК при УНСС, 2004, с. 139-141.

реализира в публичния сектор на икономиката и е известен като одит на изпълнението.



Фиг. 7. Триизмерен модел на независимия държавен одит

В публичното пространство е наложено мнението, че този одит е „обективна и независима проверка на дейностите, програмите или организациите в публичния сектор, във връзка с икономичността, ефикасността и ефективността, поотделно или взети заедно, с цел допринасяне за подобряване на изпълнението“⁶⁴.

Изходната точка за развитието на институционалността в този тип одит е заложена от ключовото присъствие на държавата и като заинтересована страна от резултатите на одита и като инициатор на одитни мероприятия⁶⁵. Обективно погледнато „одитът на изпълнението е стандартно уреден, но като цяло не е подчинен на конкретни изисквания и очаквания“⁶⁶. При него се констатират широк набор от теми, одитни обекти, прилагани методи и възможност за изказване на становища. Разбирането за по-нетрадиционен характер на този одит се допълва и от липсата на периодичност при провеждане както и от възможността при формиране на резултатите да се прилагат по-широки преценки и тълкувания. Реално фокусът на внимание е поставен не върху отчетността, а върху самата дейност, която ще генерира резултати. Анализът върху дейността се провежда с цел

⁶⁴ МСВОИ 3100, Указания за одит на изпълнението – основни принципи, INTOSAI, 2008.

⁶⁵ По-подробно: Симеонов О., Одитът в публичния сектор: проблеми и перспективи, С., Български счетоводител бр. 5 / 2004.

⁶⁶ По-подробно: МСВОИ 3000 „Стандарти и указания за одити на изпълнението на основата на одитни стандарти на ИНТОСОЙ и практически опит“, С., изд. ИНТОСАЙ, 2008.

тълкуване на намеренията, които стоят зад държавното присъствие и до прилагането на водещите концепции за икономичност, ефикасност и ефективност. В този смисъл одитът на изпълнението се отдалечава от одита на финансовите отчети.

Статутът на субекта, осъществяващ одита на изпълнението – Сметната палата, е определен от сега действащата Конституция. Най-важното в целия този акт е институционалното издигане на най-високото стъпало в държавното управление. Според правнонормативната база „палатата е държавен орган за външен одит на държавния бюджет и други публични средства и дейности“⁶⁷. Дейността ѝ се характеризира с приложение на принципите на законно регламентирана независимост, широка публичност и висока прозрачност.

Обект на контрола, осъществяван от Сметната палата, са държавните финанси и държавната форма на собственост, независимо къде и в какви размери е представена. В този смисъл обект на контрола е не само изпълнението на бюджета, но и всички свързани с бюджета и националната собственост процеси и операции.

Анализът върху дейността на Сметната палата дава сведения, че на тази финансово-контролна институция са вменени характеристиките на съществен и важен атрибут на държавната власт, обвързан пряко с работата на законодателния орган на Р България в три аспекта.

Първо. Тя се отчита за реализацията на дейността си пред законодателя.

Второ. Наред с контрола върху бюджетните и други публични средства, Сметната палата предоставя на НС надеждна информация за употребата на средствата съгласно принципите на законосъобразност, ефективност, и икономичност и по отношение на коректното и достоверно отчитане на изпълнението на съответните бюджети.

Трето. Повишава се качеството на контрол върху държавния одит⁶⁸.

„Единството на разгледаните аспекти обяснява характерното в дейността на Сметната палата да консолидира действията по

⁶⁷ Закон за Сметната палата с посл. изм.

⁶⁸ Този тип контрол е регламентиран в МОС 220 „Контрол върху качеството при одита на финансови отчети“. По-подробно: Динев, Христова, цит.пр.,с. 46; Томов Й., С. Костова, Одиторски стандарти, Св., Ценов, 2008, с.118-120; Йорданов К., Контрол на качеството на външния одит в публичния сектор, ebox.nbu.bg/pa2012/17_K.Yordanov-02.

оперативен контрол с тези по формиране на обобщени изводи, оценки и предложения⁶⁹.

Ако трябва в детайли да се разгледат основните функционално структурирани направления от дейността на СП, може да се твърди, че всяко от тях предпоставя и усъвършенстването на конкретен подход. Специалисти в областта на финансовия контрол и одита⁷⁰ определят, че основно се разчита на три подхода: резултатно-ориентиран, проблемно-ориентиран и системно-ориентиран⁷¹.

В редица случаи се налага и прилагането на комбинация от споменатите подходи, съобразно заложените в ангажимента особености и конкретни задачи.

Първият анализира ефективността на планово заложените резултати.

Вторият ревизира причинните за възникнали проблеми.

Третият е фокусиран върху състоянието на управленските системи.

При формирането на яснота за моралната и социална тежест, падаща върху дейността на СП могат да бъдат споменати общественозначими полета за изява: държавен бюджет; бюджет на държавното обществено осигуряване; бюджет на НЗОК; общински бюджети; други бюджети, приемани от НС; бюджети и извънбюджетни сметки и фондове на разпоредители с бюджетни кредити и управлението на имущество; бюджети на БАН, на БНТ, БНР и други автономни бюджети; средства по фондове на ЕС; бюджетни разходи на БНБ; постъпления от приватизация и концесии; публични средства и дейности, заложені със закон.

Съществено за дейността на Сметната палата са нейните взаимоотношения с органите на властта, съответно както на законодателната, съдебната, така и на изпълнителната. В определени научни среди в този смисъл се говори за Сметната палата като за четвърта власт⁷². „Обосновката на това твърдение се базира, от една страна на факта, че СП взаимодейства с трите вида власт, без да е подчинена на тях⁷³, а от друга статута на независим орган причислява палатата към висшите органи на държавното устройство, като независимостта преимуществено произтича от значимостта на упражнявания контрол.

⁶⁹ По-подробно: Стоянов Е., Финансов контрол, Б., Либра скорп, 2010, с. 136.

⁷⁰ Иванов Г., С. Костова, Одит, Фабер, ВТ, 2012, с. 198.

⁷¹ МСВОИ 3100 „Указания за одити на изпълнението – основни принципи“, С., ИНТОСАИ, 2008.

⁷² По-подробно: Петрова Д., 2004, цит. пр. с. 151-152.

⁷³ Стоянов Е., 2010, цит. пр., с. 136.

По повод на независимостта при съвременната икономическа ситуация в Р България се очертават две тенденции, които донякъде създават на функциите на СП ново съдържание, но и по-голям обхват.

Първата от тях е свързана с възможностите на СП да дава становища при обсъждането на проекти, като оценява икономическата ефективност. В решаването на подобни казуси поне частично се счита, че „се нарушава суверенитета на СП по отношение на обективност и независимост“⁷⁴.

Втората тенденция е свързана с фискалната децентрализация, на която в последните години започва да се гледа все по-сериозно. В този смисъл регионалните СП придобиват нова по-широка функционалност, а самият държавен одит поне частично навлиза в нови взаимоотношения.

В този ред на мисли, като поредно доказателство на написаното може да се добави и увеличаването на възможностите за все по-тясно сътрудничество с други европейски сметни палати, както и доверието, гласувано при оказване на контрол върху фондове и програми от ЕС. Всичките тези различни характеристики и аспекти от контролната дейност на Сметната палата намират обществен резонанс и в националното, но и все по-често в международното публично пространство.

Сравнителна характеристика на действащите модели

Създаването на достатъчно пълна представа за същността на изброените контролни и одитни разновидности може би би била още по-значима, ако и по пътя на сравненията се разгледат някои водещи техни характеристики. Спазвайки създадения алгоритъм при съпоставянето, се прави анализ на установените двойки: вътрешен контрол – вътрешен одит, вътрешен одит – външен одит, външен одит – държавен одит (възприемат най-вече като одит на изпълнението).

Осъществяването на подобни съпоставки като метод за сравнителен анализ създава възможност да се потърси и види още нещо съществено, което може би се обяснява с потенциала на съпоставимите явление и по-конкретно с предоставянето на възможност основни техни характеристики да бъдат доразвити, доусъвършенстване, а самите форми най-вече в съдържателен аспект дообогатени. В профилираната литература са правени немалко

⁷⁴ Динев М., цит. пр., (1999), с. 154; Петрова Д., 2004, цит.пр., с. 141.

подобни опити. Положителното в тях е, че винаги се добавя и нещо може би до този момент пропуснато.

Въпреки написаното в последните редове в изложението се предлага структурирана сравнителна оценка на вътрешния контрол и одита на финансовите отчети, която в известна степен е типологизирана, но и същевременно е допълнена от промени, подсказани от българската практика. Съпоставянето се реализира в известен смисъл на принципна основа, поради една-единствена причина, че в случая вътрешният и външният одит реално са две, в известна степен функционално различни страни на обобщаващото понятие „одит на финансовите отчети“.

| Сравнителна характеристика на вътрешен контрол и одит на финансовите отчети | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Фактори | Вътрешен контрол | Одит на финансовите отчети |
| Основание | Управленски нужди | Изказване на независимо м-ние |
| Цел | Управленско решение | Целта е формирана от МОС |
| Обект | Спазване на упр. политика | Спазване на смет. политика |
| Субекти | Отдел, звено (и/или център) | Независими експерти(ЗНФО) |
| Взаимоотношения | Подчинени на ръководството | Независимост и равноправие |
| Квалификация | Според длъжностната х-ка | Регламентирана от ЗНФО |
| Възнаграждение | Съобразно трудовия договор | Договорено според ЗЗД |
| Отговорност | Пред ръководството | Според закон и етичен кодекс |
| Проверявана д-ст | Изпълнителска дейност | Предприемаческа дейност |
| Документ/резултат | Текущо отразяване | Одиторски доклад |
| източник: http://revolution.allbest.ru/audit/00001571_0.html (с корекции) | | |

Фиг. 8. Сравнителна характеристика на вътрешен контрол и одит на финансовите отчети

А от друга страна, съпоставката с вътрешния контрол отразява обосновката в тенденциите за развитие на одита, като системен и надграждащ процес и алтернативите за неговото непрекъснато усъвършенстване.

Следващата сравнителна схема съпоставят две основни прояви на одита на финансовите отчети – вътрешен и външен одит, при които се дефинират достатъчно сериозни различия. Те могат да бъдат обосновани с наличието на огромна разлика във функционално отношение, развиващо се в два пласта.

Първо. Външният одит е фокусиран върху потвърждаване на „достоверността на финансовата отчетност и свързаните с нея протекли и протичащи в организацията финансови операции и икономически събития“⁷⁵. Докато при вътрешния одит се създава оценка на съществуващите системи за контрол и управление на рисковете и връзката им с организационната ефективност.

Второ. Външният одит преимуществено се реализира поради заявени интереси на външни за организацията потребители, притежаващи качества на заинтересовани страни, докато вътрешния одит основно обслужва нуждите на висшето ръководство на предприятието. По този повод се изказват все по-често становища⁷⁶, че оценката на сигурността на системата за контрол на счетоводно-финансовата отчетност става толкова важна за външния одитор, колкото и собственото становище за достоверност на самата отчетност.

Другата съществена съпоставка включва независимия одит на финансовите отчети и държавния одит, възприеман преимуществено като одит на изпълнението. Тук принципно различията имат много по-широка обосновка. За нея може да се мисли и по отношение на ролята на държавата и произтичащата от това институционалност на одита и институционализация като система, власт и авторитет и като функционално обоснована същностна характеристика.

Въпреки регистрираните съществени различия и при съпоставката става видно, че идеята за одит търпи сериозно развитие, при което въз основа на системен процес се усъвършенстват всички звена и със самото си взаимодействие в системата за одит и поради влиянието от променящата се действителност.

По повод на одита икономическата действителност може да бъде тълкувана като провеждане на разнородни одитни ангажименти с уникален характер, предопределен от спецификата на обекта, конкретната ситуация и нуждите, които са се трансформирали в заявен, но и развиващ се интерес.

⁷⁵ Смит П. и колектив, 2009, цит. пр., с. 230.

⁷⁶ По-подробно: Смит П. и колектив, МОС и системи за ВК, С., Икономика прес, с. 230.

| Сравнителна характеристика на вътрешен и външен одит | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Характеристика | Вътрешен одит | Външен одит |
| Цел на одита | Оптимизиране на организационната дейност | Изразяване на мнение за достоверност на смет.п-ка |
| Обект на одита | Системи за ВК, ниво на рискове и ефективност | Финансово-счетоводна отчетност на п-тието |
| Субект на одита | Одитен комитет или звено | Независим одитор, екип или одиторско предприятие |
| Специфика на одитния ангажимент | Фокусира се в/у проблеми на организационната ефективност | Фокусира се в/у проблеми на счетоводната отчетност |
| Периодичност на одита | Непрекъснато, по график за одит | След изтичане на отчетния период |
| Степен за достъпност на информацията | Одиторският доклад за резултатите от проверката е достъпен | Одиторският доклад може да/ или има конфиденциален характер |
| Потребители | Борд на директори (Одитен комитет) и др. вътрешни п-ли | Вътрешни-собственици и външни заинтересовани |
| Нормативна база и регулиране | Професионални стандарти, правилници, и др. нормативни актове | Закони, Етичен кодекс, МОС и други |
| източник: Смит П. и колектив, МОС и с-ми за ВК, С., Икономика прес, 2009, стр.231 | | |

Фиг. 9. Сравнителна характеристика на вътрешен и външен одит

| Сравнителна характеристика финансов одит и одит на изпълнението | | |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Елементи | Одит на изпълнението | Финансов одит |
| Цел на одитния ангажимент | Изготвяне на преценка за принципност и ефективност в държавните дейности | Изготвяне на преценка за достоверност и правомерност на финансовите отчети |
| Предмет на одита | Политики, програми, дейности и системи на управление | Отчетност, трансакции и основни контролни процедури |
| Академична база и професионален опит | Икономика, политически науки и социология. Опит в оценки и други професионални проучвания | Счетоводство, финанси и право. Професионални одиторски умения |
| Методи | Различни за разл.одити | Стандартизирани |
| Одитни критерии | Уникални критерии за всеки ангажимент. По-либерални в одиторската преценка | Срого стандартизирани критерии, регулирани от закон и други нормативни актове |
| Резултат в доклад | Специален, публичен доклад с различна според съдържанието структура | Стандартизирано годишно становище |
| източник: Иванов Г., С. Костова, Одит, ВТ, Фабер, 2012, стр.198 (с корекции) | | |

Фиг. 10. Сравнителна характеристика на финансов одит и одит на изпълнението

Разгледаните няколко сравнителни характеристики на институционално представените одитни модели дават възможност въз основа на Матрицата за анализ на продукти от публичния сектор да бъде структурирана Матрица за анализ на институционализацията на разглежданите одитни модели.

При спазване на заложените в оригиналния образец критерии съпоставимите четири финансово-контролни форми създават условия и са носители на достатъчно съществени характеристики, за да намерят място в аналитичния модел.

Съблюдавайки указанията на създателите на Матрицата (Уллок и Причет) при анализ на поведението на различните форми на одит и контрол, може да се направят следните констатации:

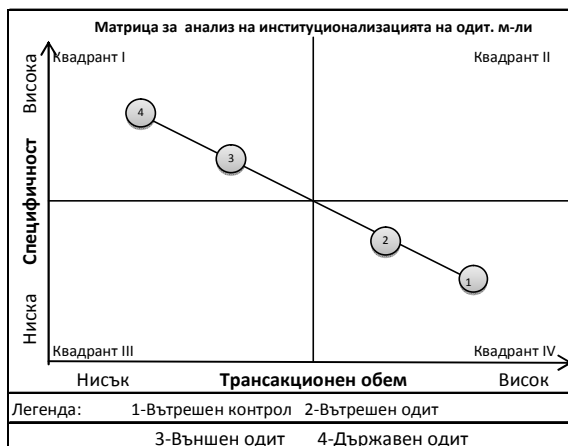
Първо. Разположението на държавния и независимия (външен) одит в Първи квадрант доказват че „институционализацията при тях е на достатъчно добро ниво, обосновавайки се на висока специализация на дейността, относително ниски трансакционни разходи и висока релевантност към социалните промени (включително възможност да бъдат и да контролират)⁷⁷.

Второ. Вътрешният контрол и вътрешният одит са ситуирани в Четвърти квадрант поради „прилаганите в тях относително по-ниски нива на специализация и доста по-високи трансакционни разходи от една страна⁷⁸, а от друга те са по-скоро и по-обясними причини адекватни на вътрешно-организационните нужди и в сравнително достатъчно ниска степен се подават на влиянието на външната за организацията икономическа среда.

Разнородните съпоставки и приложението на аналитичната матрица създават възможност регистрираните резултати да бъдат възприемани като предизвикателство за вътрешно оптимизиране на всички системи, реализиращи своята основна дейност на базата на финансово-контролни мероприятия с подчертано одитен характер за усъвършенстване при внасяне на адекватни допълнения в две насоки.

⁷⁷ Woolcock M., L. Pritchett, Solutions When the Solution is the Problem; Arraying the Disarray in Development, Washington, DC; Center for Global Development, Paper 10, 2002, p. 36.

⁷⁸ По-подробно: Woolcock M., L. Pritchett, 2002, цит. пр., p. 36-39.



Фиг. 11. Матрица за анализ на институционализацията на одитните материали

На първо място, че на този етап, може би въпреки всичко написано в изложението, на база специфика на съдържанието и свързаните с него критерии съпоставката на трите основни форми на финансов контрол и одит, не може да бъде максимално обективна и оптимално адекватна. Причината за това е, че трите системи донякъде имат уникално развитие, породено и доказващо дефицит или поне частична липса на синхрон.

Второ. Развитие на нормативната база, произтичащите от нея и от реалните нужди на практиката правомощия донякъде трудно създават възможност за единство в мисленето и действията на субектите, независимо от степента си на институционалност и от връзката с използваните различните форми на одит и ангажирани с тях допълнителни контролни мероприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От написаното за институционалните модели, осъществяващи независим одит и от съпоставките между тях може да се формират няколко извода.

Първо. Социално осъзнатата значимост на одита намира израз в развитието на висока институционалност. При тези условия в изграждането на система от институции, съобразно обществените интереси, е нормално да бъдат усъвършенствани институционално утвърдени одитни модели. Регистрираното ниво е доказателство за степента на зрялост на самото общество и на неговата възможност да

генерира идеи и механизми, съхраняващи заявените интереси. В този смисъл йерахично изградената система за независим одит може да се възприеме като израз на симбиозата между доверие и контрол, функционираща в средата на сравнително висока независимост. Бързото развитие на субектната страна във всички занимаващи се с одит системи е показателно за увеличаващото се търсене на обществото да доближи в максимална степен своите институционализирани субекти до постоянно растящия списък от разнородни по характер, дейност и значимост обекти за одит.

Второ. Възможността системата за независим одит да бъде разгледана в светлината на управленска функционалност, критично обществено отношение и архитектурно решение на организационната структурата (т.е. неин резултат) създава предпоставки за повишаване ролята на съвременната организация и най-вече за разширяване намесата на държавата като върховна институционализираща организация. Развитието на този процес, задвижван от независимия одит е поредното доказателство на еврейската мъдрост, че доверието е нещо добро, но контролът е нещо далеч по-добро.

Трето. Ако за счетоводната отчетност У. Бъфет твърди, че „това е езикът на бизнеса“⁷⁹, с основание за одита може да се добави, че това е неговия механизъм за официално, международно утвърждаване на базата на авторитетна намеса при анализа и оповестяването на постигнатите в реализацията на заявените интереси резултати и възможността тези, които го правят да бъдат институционализирани.

Като цяло изводите предопределят възможността да се изкаже заключението, че институционалните одитни модели, регистрират все по-значими резултати защото имат минало, настояще и достатъчно добро бъдеще, в което държавата и обществото, научните постижения и добрите практики в условията на обективна прозрачност и оптимална достоверност придобиват все по-сериозна роля.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Източници и институционализация на финансовия одит“, изпълняван в периода 2015 – 2016.

⁷⁹ Buffet M., D. Clark, Warren Buffet and Interpretation of Financial Statement, Simon & Schuster Inc., 2008, p. 8.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бонев Ж., Одитните комитети на Р България, Годишник на ИДЕС – 2009 година, С.
2. Динев М., Контрол в социалното управление, С., Тракия-М, 1999.
3. Динев М., Симеонов О., Христова Л., Т. Дончев, Държавният вътрешен финансов контрол и условията на разширена децентрализация на управлението на средствата по европейските фондове, МНК на УНСС, 2004, сборник, с. 161-168.
4. Динев М., Христова Л., Одиторски контрол, С., ФорКом Висулчев, 1992.
5. Етичен кодекс на вътрешните одитори – МФ 21.04.2006 г.
6. Закон за вътрешния одит в публичния сектор (ЗВОПС) – обн. ДВ бр. 27 / 31.03.2006 г.
7. Закон за независим финансов одит, ДВ, бр. 67 от 2008.
8. Закон за Сметната палата, обн. ДВ бр.109 от 18 декември 2001 г.
9. Закон за финансово управление и контрол в публичния сектор, обн. ДВ. бр. 21 от 10 март 2006 г.
10. Иванов Г., С. Костова, Одит, Фабер, ВТ, 2012.
11. Ивашкевич, В. Проблемы учета и калькулирования себестоимости продукции, М. Финансы, 1974.
12. Институт на вътрешните одитори в Р България, Международни професионални практики по вътрешен одит, (пр. от англ.) С., 2009.
13. Йорданов К., Контрол на качеството на външния одит в публичния сектор, ebox.nbu.bg/pa2012/17_K.Yordanov-02.
14. Карпова Т. П., Управленческий учет, М., Юнити, 2000, с. 354.
15. Ключови принципи за независимите финансови регулатори - материали от Международен форум на независимите одитни регулатори (IFIAR).
16. Краохин Г., Управление затратами на предприятия, М., Бизнес-пресса, 2004.
17. Ламбовска М., Бюджетно управление на стопанската организация, С., Екс-прес, 2007.
18. Международни професионални практики по вътрешен одит (IPPF). Американски институт на вътрешните одитори (ИА).
19. Милър Р., Съвременен вътрешен одит: теория и практика, С., 2007.
20. МОС 220 „Контрол върху качеството при одита на финансови отчети”.
21. Мошкина Д., Финансовая структура и центры финансовой ответственности.
22. МСВОИ 3000 „Стандарти и указания за одити на изпълнението на основата на одитни стандарти на ИНТОСАЙ и практически опит“, С., изд. ИНТОСАЙ, 2008.

- 23.МСВОИ 3100, Указания за одит на изпълнението – основни принципи, INTOSAI, 2008.
- 24.Насоки за разработване на статут на звената за вътрешен одит в публичния сектор, С. 2006.
- 25.Национални стандарти за вътрешния одит в публичния сектор, 2006 г.
- 26.Петрова Д., Одит в публичния сектор, ИСК при УНСС, 2004.
- 27.Симеонов О., Одитът в публичния сектор: проблеми и перспективи, С., Български счетоводител бр. 5 / 2004.
- 28.Симеонов, Ламбовска.
- 29.Смит П. и колектив, МОС и системи за ВК, С., Икономика прес, 2009.
- 30.Стоянов Е., Системи за управленски контрол, Б., Либра скорп, 2009.
- 31.Стоянов Е., Финансов контрол, Б., Либра скорп, 2010.
- 32.Стоянов, Е. Управление и контрол на проекти, Б., Либра скорп, 2010.
- 33.Ткачук Е., Как правилно разработать систему учета по центрам ответственности, ж-л Финансовая Деятельность, М., 2006/2.
- 34.Томов Й., С. Костова, Одиторски стандарти, Св., Ценов, 2008.
- 35.Търговски закон, обн. ДВ бр.48 от 18 юни 1991 г.
- 36.Указания за прилагане на стандартите за вътрешен контрол през 2004 г. ИНТОСАЙ.
- 37.Устройствен правилник на ИА „Одит на средствата на ЕС“, ДВ, бр. 5, 20.01.2009.
- 38.Цуркану В.И., Калькулиране себестоимости, Х., АСАР, 2002.
- 39.Чумаченко Н., Учет и анализ промишлености США, М., 1971.
- 40.Arnold J., Hope T., Accounting for Management Decisions, 2-d ed., Prentice-Hall, 1990.
- 41.Buffet M., D. Clark, Warren Buffet and Interpretation of Financial Statement, Simon & Schuster Inc., 2008.
- 42.Deming W.E., The New Economics for Industry, Government, Education, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 2005.
- 43.Larson K., Pyle W., Fundamental Accounting Principles, 11-nth ed., IRWIN, 1988.
- 44.McIntosh, N., The social Software of Accounting and Control Systems, N.Y., Wiley & Sons, 1985.
- 45.Mintzberg H, 2004, Structure in Fives, McGill University.
- 46.Woolcock M., L. Pritchett, Solutions When the Solution is the Problem; Arraying the Disarray in Development, Washington, DC; Center for Global Development, Paper 10, 2002.

Евгений Стоянов

**ЕФЕКТИ ОТ ВЪВЕЖДАНЕТО НА
СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНСКИ КОНТРОЛ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Проф. д.н. Евгений Стоянов е роден в град Сливен. Научното му израстване е свързано с придобиване на научно-образователна степен „доктор“ с тема по стратегически контрол през 2008 година в УНСС, а „доктор на икономическите науки“ – с тема по приложение на системите за управленски контрол в социалната сфера през 2016 година в НВУ „Васил Левски“.

Като преподавател се изявява във висши учебни заведения като Университет „Асен Златаров“, Нов български университет, Висше училище по агробизнес и развитие на регионите и др. Първата си хабилитация получава през 2010 година, а втората – през 2014 година.

Научните интереси на Е. Стоянов се проявяват в области като контрол, одит и финансов анализ и управление в нематериалната сфера.

Името му се свързва с написване и създаване на научна и учебна литература, както и с участие в множество научни форуми у нас и в чужбина.

EFFECTS OF THE INTRODUCTION OF MANAGEMENT CONTROL SYSTEMS

Evgeniy Stoyanov

Abstract

The reason for the study is the objectively growing need for control, and mostly the need of the practice of adequate to the situation effective control and management systems. Grounds, that posit the investigation, can be found in several directions directly related to the development of management control. First - dynamics, lack of security and high risk in environment for development and operation of modern organizations. Second - changes in appearance and behavior of modern organizations as a consequence of the restructuring of the basic principles of organizational development and introduction of appropriate standards of conduct. Third - the accumulation primarily of theoretical developments and attempts to conceptual and model and improvement of modern concepts of management control and its systems.

Keywords: system, management control, goal setting, organizational culture, conflict generation, balanced scorecard (BSC), budget, control and information systems (ERP).

ЕФЕКТИ ОТ ВЪВЕЖДАНЕТО НА СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНСКИ КОНТРОЛ

Евгений Стоянов

Резюме

Повод за разработката е обективно нарастващата нужда от контрол и най-вече необходимостта на практиката от адекватни на ситуацията ефективни, контролно-управленски системи. Основанията, които предпоставят появата на студията, могат да бъдат открити в няколко насоки, свързани пряко с развитието на управленския контрол. Първа. Динамиката, липсата на сигурност и високата степен на риск на околната среда за развитие и функциониране на съвременните организации. Втора. Промените в облика и поведението на модерните организации, настъпили в следствие на реструктурирането на основните принципи на организационно развитие и въвеждането на целесъобразни норми за поведение. Трета. Натрупването предимно на теоретични разработки и опитите за концептуално и моделно усъвършенстване на съвременните схващания за управленския контрол и неговите системи.

Ключови думи: система, управленски контрол, целеполагане, организационна култура, конфликтогенност, балансирана карта (БКО), бюджет, контролно-информационни системи (ERP).

ВЪВЕДЕНИЕ

Разглеждането на понятието контрол е сериозен акт на познавателната и аналитична дейност, своего рода среща с един своеобразен социален феномен, поради няколко причини – неговата нарастваща значимост, увеличаващ се периметър на влияние и все по-трудното му дефиниране. Почти няма научна тематика и поле на изява на съзнателна човешка активност, където той да няма приложение. Същността на контрола като управленска функция се определя като форма на проява на принципа на обратната връзка в процеса на управление. Съгласно този принцип управление може да бъде осъществявано само тогава, когато управляващите получават информация за хода на достигане на зададеното състояние. В поразгърната форма управленският контрол се определя като организационна система за търсене и натрупване на информация, за отчетност и обратна връзка, създадена да констатира, че организацията се адаптира към промените в средата ѝ, че работното поведение на кадрите се измерва по критерии, свързани с определени подцели, така че разликата между тях да може да бъде отстранена или коригирана.

Актуалността на темата в по-частен план се обосновава от необходимостта от приобщаването на българската изследователска и управленска практика към поне две водещи тенденции в развитието на теорията и практиката на управленския контрол. Първата е свързана с развитието и утвърждаването на концепцията за учещата организация като концепция за споделянето на интелектуалните модели за успеха на развитието. Втората водеща тенденция е свързана със съвременната революция в измерването, обусловена от навлизането на съвременните организации в епохата на знанието и информацията. Този преход обуславя налагането на нови фактори на успеха, изискващи поставянето в центъра на вниманието на управлението на нов тип, предимно нематериални показатели, изискващи нови, или поне недостатъчно използвани и неизползвани от управлението досега, техники за измерване и оценка. Теорията и практиката на управленския контрол, поради своята специфика, е изключително чувствителна към развитието на тази революция. Това е особено характерно за страни като България, чиито управленски системи през последните години традиционно са ориентирани към използването на предимно финансови модели и показатели.

Актуалността на разглежданата проблематика се обуславя допълнително от недостатъчното изследване на нейните научно-

приложни аспекти в български условия. На фона на значимите постижения на българските изследователи в областта на теорията на контрола, в частност на теоретичните основи на управленския и стратегическия контрол, в трудовете на Ат. Атанасов, М. Динев, К. Донеv, К. Каменов, О. Симеонов и др., се очертава определена празнота в изследванията на управленския и най-вече на стратегическия контрол на инструментално и приложно равнище. Въпреки навлизането през последните години на водещи системи за управленски и стратегически контрол, включително на образци на балансираните карти за оценка в практиката на някои български финансови и нефинансови предприятия, предимно чуждестранна собственост, липсват специализирани монографични и дисертационни изследвания от български автори в тази област. Тази липса има сериозен резонанс и в процеса на научна и практическа подготовка на управленци и контрольори за всички звена на обществена и социална активност, както в производствената, така и в непроизводствената дейност.

В по-широк план за предмета на изследване може да се каже, че обхваща теоретичните предпоставки в изследванията за същността и основните характеристики на контрола, в по-тесен план фокусът пада върху управленския контрол и неговите тенденции на развитие, намерили израз в концепции и системи като социален израз и феномен.

Обектът на изследване има поливалентен характер поради спецификата на развитието на разработката да анализира критично еволюцията на развитие на системите за управленски контрол, включително взаимодействието както между елементи, така и между въведени системи - система и организация.

Цел на целия този труд е на основата на систематизиране и анализ на съществуващите теоретични разработки и практически опит в изследваната проблематика да се внесе принос в развитието на някой практико-приложни и методически аспекти на процеса по прилагане на водещи системи за управленски контрол.

Възприема се, че целите на студията се постигат при решаването на следните основни задачи:

Първо. Анализиране и обобщаване на съществуващите теоретични разработки и практически подходи за управленския контрол.

Второ. Анализиране и обобщаване на съществуващите теоретико-приложни разработки и практически опит, формиращи авторово виждане за насоките, където тяхното развитие като

инструмент за управленски контрол, реално регистрира висока ползотворност и допълнителни градивни ефекти.

Критичният преглед на цялата разработка дава рационален отговор на заложената в началото хипотеза, че правилното приложение на адекватни и ефективни системи за управленски контрол е един от верните пътища за успешно както организационно, така и обществено развитие.

СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНСКИ КОНТРОЛ

Еволюцията на човешкото общество приема обективната потребност от контрол. Неговата богата история доказва обществената му значимост като необходим атрибут на социалната среда. Появата на контрола е свързана с първите дни на човешката съзнателност. Развитието и усъвършенстването му са ангажирани с постигнатото от човешкия гений в общественото развитие. Поради този факт научно обосновано е същността на контрола да се осмисли и експонира в естествената среда на социалното обкръжение, което развива и обогатява конкретни форми на проява. Същността на контрола е израз на най-важната и съществена страна, определяща вътрешната относителна устойчивост и дълбочина на процесите, на явленията, на отношенията, проявявани чрез формите и методите на въздействие.

Дефинирането на понятието „контрол“ и неговото изследване може да бъде осъществено от различни гледни точки. В теорията на контрола се срещат множество определения за същността му, които в преобладаващите случаи само се докосват до външните форми на проява и конкретен начин на съществуване. Болшинството автори го разглеждат като функция на държавното управление, по-точно като организация в системата на държавата и съвкупност от функции, продължение на държавните функции, като следящ измененията в параметрите на системата и т.н. Поредицата от мнения може да изглежда още по-внушителна и подробна, но от това няма да се промени общият извод: държавната функция, управленската функция, системата за управление и т.н. са все външни страни и белези за конкретна форма на съществуване на контрола. В изложените и други мнения липсват вътрешната страна, логиката на протичащите процеси, устойчивите характеристики на общественото отношение, защото контролът се проявява преди държавната институция и нейните форми на управление, преди формиралите се структури, системи и функции в тях.

За най-пълното и обстойно изясняване на разглежданата проблематика¹, а от там и за удовлетворяване на поставените цели, са избрани две становища относно контрола, отразяващи неговата възможност да бъде форма на обществено отношение и като функция на управлението. Общество го въвежда и изразява като отношение на колектива, на групата хора към поведението и индивидуалните възможности на отделните членове от обществото да отговарят точно на изискванията на възприетите правила за равноправно участие при създаване и потребление на материални блага. Още в този автентичен и примитивен израз на обществено отношение се открояват две страни – субект в лицето на колектива и обект – отношението на отделните индивиди към начина на производство и разпределение. В следващите етапи на обществено развитие контролът съхранява същностната си характеристика като форма на обществено отношение, обвързана с конкретно обоснована критичност. Относно осмислянето и позиционирането на контрола като особена форма, отразяваща общественото отношение авторът приема като най-пълно становището, че контролът е критическо обществено отношение, основаващо се на социалнозначимата зависимост „господство-подчинение“, целенасочено ангажирана с ограничаването на свободата на група социални субекти, с оглед реализирането на интересите на друг или друга група социални субекти.

Усложняването на контрола като обществено отношение с определена критичност² е свързано с качествени изменения в процеса по промяна на начина на производство и разпределение на обществени блага. В усложняващите се социални отношения в по-късните етапи от развитието на човешкото общество все по-ярко се изразява тенденцията на индивидуализация на субекта на контрол и неговото превръщане във функция на специално създадените институции. Управляващата система формира свой апарат и конкретизира неговата функционалност в зависимост от интересите за господство.

Контролът като социалнобалансирана форма, изразяваща отношението на господство и подчинение, предопределя възможностите на контролиращия да ограничава поведението на контролирания и да го принуди да съблюдава определени норми. В този смисъл контролиращият властва над контролирания, като ограничава свободата му в името на реализацията на своя интерес.

¹ Симеонов, О. Теорията на контрола и делото на проф. д.ик.н. М. Динев, Годишник – УНСС, С., 2005, с. 235.

² Атанасов, Ат. Контрол върху стопанската и бюджетната дейност, С., 1968, с. 5.

Предпоставки за утвърждаването на тази власт се съдържат в обективните различия в потенциалите на социалните субекти, съдържащи се в техните основни характеристики³.



Фиг. 1. Структура и предпоставки на контрола като обществено отношение

Анализът на контролните отношения като социален феномен регистрира голямо многообразие по отношение на тяхната класификация и видове. Причисляването на определени, разглеждани отношения към конкретен тип⁴ се осъществява в зависимост от начина на съвместяване и експониране на различията на интереси и потенциал на социалните обекти. Различията в интересите презентират съществени характеристики на конкретните, социални организационни структури, както и спецификата на периодите от тяхното развитие. Именно този факт конкретизира разнообразна, преобладаваща целенасоченост на критичните отношения към определени аспекти на поведение на социалните субекти, където интересите провокират висока конфликтност.

В отговор на тези преобладаващи критични аспекти на поведението се обособяват зони с ескалираща необходимост от контрол. Потребителите на властови ресурси, мотивирани от своите интереси, обявяват конкретен суверенитет на критичните за тях граници на поведение в тези зони в установени правила и норми на организациите. Различията в потенциалите на включените в организациите социални субекти отново имат своята историческа и конкретна специфика.

Преобладаващите източници на властта могат да бъдат различни, с което като доминиращи да се наложат определен кръг възможности за господство. Доминиращите възможности за господство от своя страна предопределят съответните, най-широко

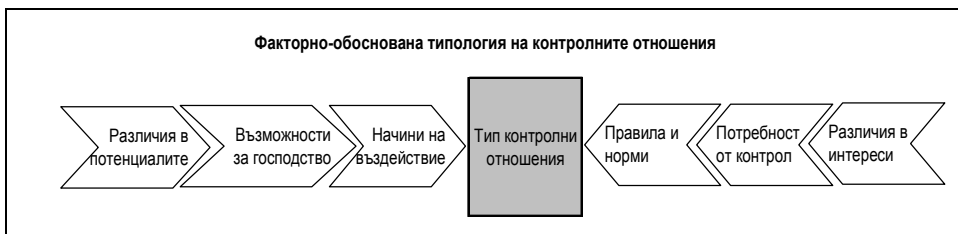
³ Morgenthau H., Politics Among Nations, N.Y., 1960, p. 9.

⁴ Симеонов О., Теоретични въпроси на контрола, Академ Консулт, С, 1997, с. 18.

използвани начини за въздействие върху поведението на другите, чрез които се осигурява спазването на възприетите правила и норми. Подобно на правилата и нормите, начините за въздействие за тяхното спазване под някаква форма получават институционализация в социалните организации.

Въздействието върху поведението на отделните индивиди, неговото насочване в определена посока в зависимост от определени критерии, норми и правила е обективно протичащ процес на непрекъснат стремеж за балансирано съответствие между субекта и обекта на контрол. Персонификацията и индивидуализацията не променят отношенията в този процес, освен в случаите, когато приобщаването на поведението към интересите на определена група е и въпрос на целенасочено провеждана манипулация в точно определени граници, регистрирани от определени интереси.

От написаното до тук може да се направи изводът, че анализът на спецификата в различните етапи на проявление на двусмисленост⁵ на единното контролно отношение – като критично отношение и като отношение на господство и подчинение – предоставя възможност за типологизирането на това контролно отношение в различните организации, както и в периодите на тяхното развитие⁶.



Фиг. 2. Факторно-обоснована типология на контролните отношения

Всяка икономическа система може да бъде разгледана като съвкупност от взаимосвързани, производствени процеси, състоящи се от отделни операции, при които определени предмети на труда се преобразуват в потребителни стойности⁷. Единството на процесите и формиращите ги операции е организирано в производствено-технологична целесъобразност, на доказана необходимост и логическа последователност на връзките между тях. Фактът, че икономическата

⁵ Huntington, S. Political Order in Changing Societies, 1968, New Haven: Yale Univ. Press, p. 25.

⁶ Робинс Р., Ленин интересувал мене невероятно, М., в-к Правда, 175/ 1989.

⁷ Матеев Евг., Структура и управление на икономическата система, С., 1987, с. 15.

система е моделирана от процеси и операции – конкретен израз на преднамерена човешка дейност, осмислена от отношения на личности и техни формирания, я определя като социална организационна структура с производствено-функционално предназначение. Централният проблем при анализа на социалната организация е доколко нейното устройство и функциониране ефективно обслужват нейното производствено-функционално предназначение. За неговото решаване е необходимо управлението на икономическите системи да следи както производствено-технологичната целесъобразност на включените в системата процеси и операции, така и тяхната социална страна, ефективното структуриране на социалните отношения, в т.ч. и отношенията на контрол.

Като специфична форма на социално отношение предназначението на контрола е осигуряването на ефективно присъствие на човешкия фактор в производствено-технологичния процес. Контролът може да бъде разгледан като своеобразен, функционално-предопределен инструмент за господство, обективно обусловен от потребностите на кооперираното производство в условията на разделение на труда⁸. Обективната необходимост е заложена в интересите на тези, чиито монопол е провеждането на организаторските и управленските функции.

Организираният контрол неутрализира възможностите за автономност на изпълнителите, обслужващи производствените процеси. Принудителният характер на осъществявания върху подтиснатите контрол предизвиква неудовлетвореност. Това е естествена реакция като израз на несъгласие с целенасочената дейност на организациите да ги погълнат и подчинят съобразно своите цели⁹. В този смисъл, макар да се регистрира определена съпротива, обективно се възприема по необходимост общественото въздействие като главно условие за развитие и усъвършенстване.

При осъществяването на контрол във всяка икономическа система твърде показателно за ефективността на процеса е възможността да се регистрира и анализира нивото на определени фактори. Първо. Действителната степен на реална заинтересованост на участващите индивиди и групи от стриктното изпълнение на делегираните им функции и задачи. Второ. Качество на изпълнение при липса на контрол. Трето. Качество на изпълнение при насилствено провеждане на контролни мероприятия.

⁸ Маркс К., Капитал/пер.с нем./, М., 1955, с. 337.

⁹ Etzioni A., Soziologie der Organisationen, M/D., 1967, p. 83.

При формирането на възгледа за последствията от контрола винаги трябва да се държи сметка за това, че реализирането на производствено-технологичната целесъобразност е резултат както на дисциплинираното поведение на личностите и техните групи, така и на творчеството, активността и инициативата им при осъществяването на техните функции в организацията. Съдържанието на контрола се определя от непосредствената връзка и непрекъснатото взаимодействие между обекта и субекта, от техните прояви в различните форми на обществено управление. От развитието на социалната среда, от нейното съвършенство се определя и поведението на субекта към обекта, вътрешните механизми на въздействие и взаимодействие. Несъмнено обществото и неговите структури¹⁰ се нуждаят от контрол. Това е контрол, който съдейства за усъвършенстването на обществените отношения, фокусирайки силата на въздействие върху поведението на личността или групата личности, обединени при постигането на конкретна цел.

Социалният резонанс на контрола и усещането за неудовлетвореност от него е исторически обективно и конкретно обусловено от културните различия¹¹ на организациите, формирани от националните културни особености¹² и организационна идентичност. Контролът, който се осъществява от името на обществото по отношение на съставляващите го индивиди, социални групи и организации, е известен като социален контрол¹³. Той се опира на авторитета на цялото общество и се осъществява чрез апарата, с който то разполага, в т.ч. възможностите за господство и подчинение от държавата.

Като предмет на социалния контрол се определя спазването на обществени норми, които осигуряват целостта и устойчивостта на обществото, интегрират индивидите, групите и социалните организации в него, осигуряват решаването на обществено приети цели и задачи. Тези норми, цели и задачи придобиват значението на „социален порядък“ или „обществен договор“. Самият факт на общоприетост е резултат на компромис с оглед избягването на конфликтите и съхраняването на обществото. В този контекст социалният контрол е призван да игнорира и регулира противоборствата на индивидите и социалните формации. Той е

¹⁰ Динев М., Контрол и регулиране на икономическите системи, С., 1986, с. 18.

¹¹ Nakata C., K. Sivakumar, National Culture and New Product Development: An Integrative Review, Journal of Marketing, Jan. 1996, p. 61.

¹² Hofstede G., All think differently: Handling cultural differences, A/N: Contact, 1991, p. 39.

¹³ Ross E., Sozial control. A Survey of the Foundations Order, 1969, p. 33-41.

продукт на обществения консенсус, до който се стига, за да се избегнат конфликти. Задачата на социалния контрол е да регулира отклоняващото се поведение¹⁴, което е в контраст с господстващия начин на живот и нарушава правни, морални, политически, религиозни, естетически и други социални норми¹⁵.

На определен етап от своето развитие обществото създава структура и организация на управлението като свой вътрешен механизъм за действие. Различията в отделните общественоекономически формации са резултат от променени съотношения в начина на производство и потребление, на противоречия, изразени чрез формата на власт и управление. Еволюцията на човека е резултат от изграждането и усъвършенстването на конкретна структура на обществото, базирана на определен начин на обективно, потребно, лично участие в конкретна степен на общественото производство. Структурата фиксира динамизма, подвижната страна на общественото развитие и предопределя неговите възможности за реализирането на определена цел. В теорията на управлението съществуват множество дефиниции на понятието „управление“, но липсва удовлетворяваща всички гледни точки.

Определени теоретици осмислят понятието „управление“, като го обвързват със социални трансформации и приемат ,че: ”управлението е особен вид дейност, която превръща неорганизираната тълпа в ефективна производителна група¹⁶”.

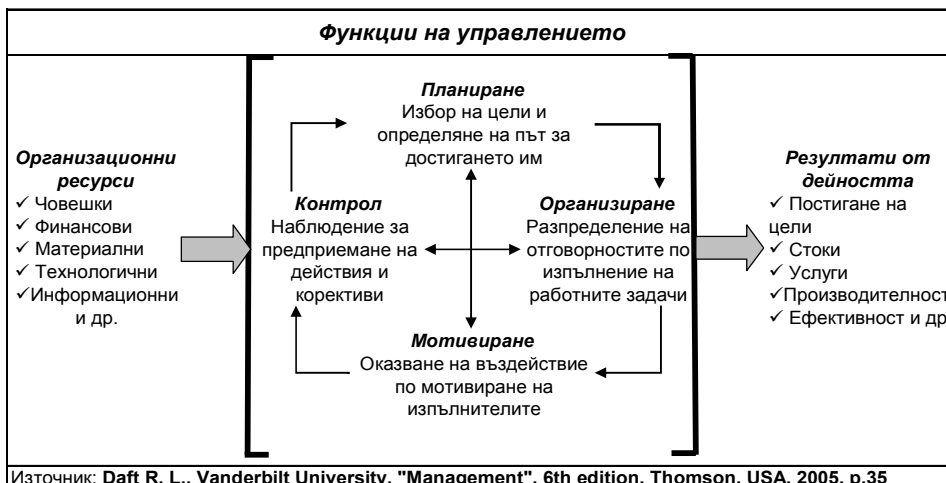
Друга група специалисти, разглеждайки еволюцията на човешкото общество, свързвайки я с развитието и усъвършенстването на определени обществени организации и структури, предлагат дефиницията: „управлението е целенасочен и ефективен процес за достигане целите на организацията чрез планиране, организиране, мотивиране и контрол върху ресурсите на организацията¹⁷“. Съществен момент в това становище е съвместяването на основните управленски функции – планиране, организиране, мотивиране и контрол с ефективното и рационално постигане на реалните цели на организацията.

¹⁴ Durkheim E., Education et sociologie, Paris., 1966/4, p. 8.

¹⁵ Merton R., Social Theory and Social Structure, G., 1957/9.

¹⁶ Drucker P., Management Tasks, Responsibilities, Practices, NY, Harper and Row 1974, p. 81.

¹⁷ Stoner and Freeman, Management, 4th ed. Englewood Cliffs, N.J.; Prentice-Hall, 1989, p. 44.



Фиг. 3. Функции на управлението

Управленските функции на всяко общество в динамика изразяват възможностите на отделните структурни единици да управляват и да бъдат управлявани. Самият характер на управленските функции фиксира възможността всяка структура да си поставя цели, като организира, проверява и регулира тяхното изпълнение.

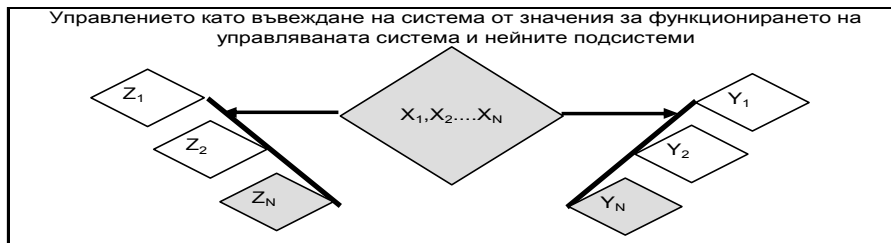
Структурата по необходимост съдържа контролната функция, която определя поведението на системата и нейната възможност да се развива в строго определени параметри до постигане на целта. В този контекст може би най-удачна е дефиницията: Управлението може да бъде дефинирано като задаване на конкретна система от значения, определяне на норма $X_1, X_2 \dots X_N$ за параметрите на функциониране на управляваната система, както на система от значения, $Y_1, Y_2 \dots Y_N$ за параметрите на функционирането на подсистеми y , чието постигане води до реализацията на значенията $X_1, X_2 \dots X_N$ ¹⁸.

В теорията на управлението е известно, че нормата е решение за параметрите, в които се развива системата, нейната цел и целите за всяка подсистема, на всеки елемент и процес. Контролната функция се проявява не само за да определи изпълнението на нормата, но и да оцени качеството на взетото решение¹⁹. Тук е мястото да се отбележи, че нормата не е канон или догма със специфичен ограничителен характер, а прецизен израз на максимално удовлетворяващи стойности,

¹⁸ Матеев Евг., цит. пр., с.144.

¹⁹ Динев М., Контрол в социалното управление, С., Тракия-М, 1999, с. 23.

взетото решение, презентиращи неговата значимост и потенциал. Управленското решение относно съвкупността и значенията на системите от значения за параметрите $X_1, X_2 \dots X_N$ и $Y_1, Y_2 \dots Y_N$ предполага наличието на няколко компонента.



Фиг. 4. Управлението като въвеждане на система от значения за функционирането на управляваната система и нейните подсистеми

Всяка норма, отразявайки конкретно управленско решение, е свързана със съвместяването на определен диапазон от стойности на управляеми и неуправляеми параметри. Класификацията на параметрите се реализира въз основа на обективната възможност субектът на нормата да им въздейства, като особено важно е да се отбележи, че и неуправляемите, за конкретната норма параметри оказват влияние върху нейното формулиране.

В процеса на формиране на управленското решение се анализират възможните изходи като се свързват със стойностите на резултативните параметри и се формират няколко възможни изхода, предоставящи условия за фиксиране на критерии за избор. Конкретният избор е свързан с възможност за постигане на желани стойности на резултативните параметри. За неговото осъществяване е необходимо наличието на поне два варианта от комбинации на стойностите на управляемите параметри, водещи до приемливи за субекта на решение резултати²⁰.

Процесът по фиксиране на норма при вземане на управленски решения може да се разгледа в два аспекта по отношение на контрола: Първо. Контролът се проявява относно реалността на избраната норма, нейната правилна структурна подреденост за време и пространство, нейната пригоденост към възможностите на системата, съответствията с най-добрите постижения в други системи. Оценката на нормата на системата от позициите на утвърдени критерии и изисквания на

²⁰ Акофф Р., Искусство решения проблем, /пер.с англ./, М., 1982, с. 93.

ведещите постижения в света става обективна потребност за развитие, задължително условие за въздействие при оказване на контрол. Второ. Контролът преценява наличието на количествени и качествени измерения в нормата, точните характеристики на контролираните параметри. Норма, в която отсъстват времето и пространството, количествените и качествените измерения, отговорностите и стимулите, не се поддава на контрол. Тя лишава управленския процес от нормално развитие на правата и обратна връзка, от неговата същност и съдържание.

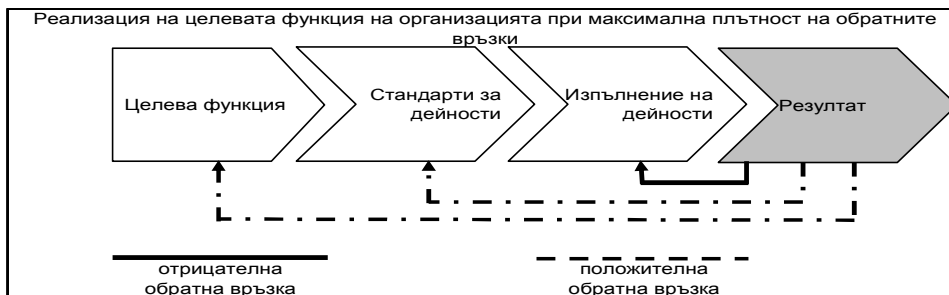
Предназначението на контрола като функция на управлението е да осигури реализацията и актуализацията на зададената целева функция на управляваната система на основата на принципа на обратната връзка. Съгласно този принцип управление може да бъде осъществявано само тогава, когато управляващите получават информация за хода на достигане на зададеното състояние. Несъответствието на фактическото състояние със зададеното е този коригиращ сигнал, който предизвиква промяна в управлението и намира израз под няколко форми:

- подобряване на изпълнението, предприемане на регулиращи мерки за по-стриктното спазване на определените стандарти за дейности по изпълнението;
- изменения в стандартите за дейностите с оглед на тяхната по-пълна адекватност на поставените цели;
- коригиране на зададените значения на включените в целевата функция управляеми променливи;
- изменения в структурата на зададената целева функция.

В първия случай е налице отрицателна обратна връзка, която осигурява реализацията на планираните значения на целевата функция и гарантира изпълнението на предначертаните действия²¹. В останалите случаи се оформя положителна обратна връзка, която осигурява информация за необходимостта от промяна в избрания начин на функционирането на организацията, в нейните цели и задачи в съответствие с измененията в средата. Чрез прилагането на принципа на обратната връзка управлението се стреми въпреки влиянието на смущаващи и пречещи влияния от външната и вътрешната среда да намали различието между съществуващото и зададеното състояние. Обратните връзки са сложни причинно-следствени зависимости, които се характеризират с това, че резултатите от предходни действия

²¹ Daft R. L., Vanderbilt University, Management, 6th edition, Thomson, US, 2005, p. 35.

въздействат върху последващото функциониране на управляваната система.



Фиг. 5. Реализация на целевата функция на организацията при максимална плътност на обратните връзки

Процесът на осъществяване на контролната функция преминава през два основни стадия, като в тях се регистрират по няколко съществени етапа²²:

Подготвителен стадий

- оценка на планираното състояние;
- определяне на стандарти за допустими отклонения.

Същински стадий²³

- измерване на фактическото състояние;
- съпоставяне на фактическото с планираното състояние и диагностика на отклоненията;
- регулиране.

Протичането на контролния процес в организацията се регулира чрез вътрешен стандарт за контрол. Стандартът обхваща както технологичните процедури по осъществяване на контролните дейности, така и отговорностите на различните йерархични звена и времевите хоризонти на контролните въздействия.

Анализът на контрола като функция на управлението няма да бъде завършен, ако в него не се включат неговия периметър на действие и не се осмислят връзките му с другите видове контрол, функциониращи и регулиращи дейността на всяка организация.

²² Taylor F., The Principles of Scientific Management, N.Y., 1911, p. 29.

²³ Fayol A., General and Industrial Management, L., 1916, p. 33-42.



Фиг. 6. Теоретичен модел на стандарт на контролен процес

Корените на контрола като функция на управлението могат да бъдат открити още в ранни образци на управленската мисъл²⁴ като всеки следващ образец допълва и доразвива значението на контрола в съдържателен и функционален аспект.

Самата му същност и организираност като набор от формиращите го етапи и тяхното разположение и протичане във времето го обособяват като процес, чрез който мениджърите се уверяват, че ресурсите са придобити и се използват ефективно и ефикасно за постигане на целите на организацията²⁵. Съвкупността от действия в развитието на контрола като функция на управлението, протичащи под формата на процес, са логически организирани като последователност.

Алгоритъмът на провеждане почива на базата на осмислена причинност и конкретна закономерност, които формират процеса като специфична организационна система. В развитието на организационната теория, усложняването на социалната и политическа среда е основната предпоставка за усъвършенстването и

²⁴ Worthy, J. C., Organizational Structure and Employee Morale, ASReview, 1950, p. 173-175.

²⁵ Динев, М., К. Донеv. Усъвършенстване на контрола в народното стопанство, Г. Бакалов, В., 1989, стр. 8.

усложняването на съвременните организационни форми и видовете контрол, реализиран в тях.

В класифицирането на формите на контрол определен интерес представлява диференцирането на конкретни видове в съответствие със сферите на проявление на контролната функция. Всяка сфера на проявление по правило предполага различни обстоятелства, даващи отражение върху необходимите характеристики на контролна дейност и отгук върху използваните форми на контрол²⁶. За икономическите системи подходът в подобна класификация е съобразен с времевия хоризонт на контролирана дейност, с обхвата на дейност и със специализацията на дейност.

Със задълбочаващата се необходимост от усъвършенстване на стратегическото управление в развитието на икономическите системи постепенно се появява потребност от структурно и субектно обособяване на стратегическите, тактическите и оперативните аспекти на контролна дейност. Израз на тенденцията в стратегически план е обособяването на специални субекти в големите системи, занимаващи се със стратегически контрол. Макар процесът на подобно конкретно обособяване все още да не е придобил сериозни размери, диференциацията на специфичните задачи в различните времеви хоризонти на контрола се провежда активно в рамките на йерархическата структура на различните контролни субекти. Позиционирането на трите вида контрол дава отражение върху тяхното съдържание и същност, методи и форми на реализация, цели и значимост на крайния продукт. Макар тези форми на контрол да са взаимодопълващи се, всяка от тях регистрира дефинитивни различия.

Въпреки теоретичното формулиране на съществени характеристики на трите вида контрол, е прекалено трудно да се конкретизира и дозира прилагането в строго определена форма за контролно въздействие. Имайки предвид динамичната вътрешна и външна среда, в която се развиват системите, трудните пазарни условия и високите клиентски изисквания, растящата техническа и технологична обезпеченост, развитието на необходимостта от контрол се задълбочава и провокира композирането на по-адекватен формат, съчетаващ характеристиките на повече от един вид контрол, удовлетворяващ провокации по отношение на продължителност и обхват на дейност.

²⁶ Симеонов О., Теоретични въпроси на контрола, Академ Консулт, С, 1997, с. 99-115.

На определен етап от развитието на управленската мисъл ревизираните теоретически разработки на базата на подсказаните от практиката идеи формират нова по съдържание и периметър на действие форма на контрол - управленски контрол. Обособеният управленски контрол обобщава задачите по оперативния и тактическия контрол, разширявайки диапазона на действие и съществено увеличавайки времевия хоризонт. Тази конвергентна форма на контрол е една обобщаваща категория, натоварена с реализирането на контролните функции между контрола на изпълнението и стратегическия контрол.



Фиг. 7. Позициониране на управленския контрол в системата

Определена група учени²⁷, ангажирани в развитието на идеята за управленски контрол, както в съдържателно, така и в структурно усъвършенстване, налагат своето становище за управленски контрол: Организационна система за търсене и натрупване на информация, за отчетност и обратна връзка, създадена да констатира, че организацията се адаптира към промените в средата ѝ, че работното поведение на кадрите се измерва по критерии, свързани с определени подцели, така че разликата между тях да може да бъде отстранена или коригирана.

Процесът по осъществяване на управленския контрол се провежда на базата на анализ от резултатите на реализираните ежедневни задачи, зададени на всички изпълнителски кадри от организацията. Системата за управленски контрол събира информация, координира съвкупността от всички дейности, като това води до

²⁷ McIntosh, N., The social Software of Accounting and Control Systems, N.Y., Wiley & Sons, 1985, p. 37-44.

реализация на конкретизирани цели. Съдържанието на целия този процес по осъществяване на управленски контрол доказва и определена промяна по отношение на съвместяването на двете основни взаимноангажирани дейности при реализирането на всички йерархически нива на контрол, а именно планиране и контрол, като в системата на управленски контрол се реализира разумен баланс, свързан с осъществяването на цели за по-значим като продължителност период /до 1 година/.

Актуализирането и обогатяването на съвременния управленски процес е свързано с няколко съществени характеристики, презентирани при въвеждането и реализирането на управленския контрол.

I. Отчетена е стойността в процеса на събраната и анализирана информация, провокираща регистрирана необходимост от действия по промяна на поведение, осъществено при функционираща обратна връзка.

II. Осмислено е състоянието на връзката – контрол и регулиране, където при предоставени от контрола данни за настъпили нежелателни промени, се налагат регулиращи въздействия. Същността на регулирането е ангажирана с минимизиране на различията между констатирано и желано състояние на резултатите. Без реализирането на регулиращи действия би се обезмислило осъществяването на обратна връзка и контролният процес би придобил аналитико-познавателен характер.

III. Отделено е внимание при реализирането на управленския контрол като координирана съвкупност от логически осмислени дейности на управленския екип.

IV. Издигната е ролята на критериите за поведение и стандартизиране на конкретни процеси и процедури, като ръководство при възприемане на действия, като регулатор на взаимоотношения и фактор за развитие на усъвършенстване върху самоконтрола при реализиране на целите на организацията.

Осъщественият преглед на съществуващите схващания за състоянието и развитието на управленския контрол в съвременните организации дава основание да бъдат направени следните обобщаващи изводи и оценки:

Първо. В рамките на развитието на управленската наука към края на XX век е постигната висока степен на зрелост на теоретичните схващания за контрола като функция на управлението. Тази степен на зрелост е позволила обособяването на теорията на контрола като

значим самостоятелен клон на научното познание за управлението. Направеният анализ на схващанията на българските изследователи и представянето им в обобщен вид в стандарт за контролен процес показват, че те изцяло кореспондират и се потвърждават от водещи западни изследвания. Нещо повече, сравнителното изследване за степента на детайлизираност и интердисциплинарност на разработения в български условия модел на елементите на контролния процес показва, че този модел заема водещо място сред известните чуждестранни възгледи.

Второ. Съвременният свят поставя осъществяването на управленския контрол в нови условия, които изменят акцентите, степента на значимост и приоритетност при интегрирането на елементите на контролния процес. Тези нови условия намират преди всичко израз в динамичните, радикални и неочаквани промени на околната среда на организациите. Новото състояние на средата води до преосмисляне на схващанията за управленския контрол като проявление и реализация на принципа на обратната връзка. Без да загубва своята роля на отрицателна обратна връзка, осигуряваща реализацията на стандартите за изпълнение на дейностите в организациите, управленският контрол все повече увеличава своята роля на положителна обратна връзка, водеща до промяна в целеполагането и планирането на дейностите. В този смисъл акцентът върху изследването на санкционните функции на контрола в рамките на възгледите за „контролираната организация“, към края на XX век радикално се премества към изследването на превръщането му във фактор за генериране на идеи за промяна в рамките на възгледите за „иновативната организация“. Тази тенденция може да бъде разглеждана като “първи основен стълб” в по-нататъшното развитие на схващанията за управленския контрол.

Трето. Навлизането в подстъпите към новата икономика, основана на знанието и информацията, променя основните фактори на успеха на организациите. През последните години на стария и първите години на новия век категорично се утвърди разбирането, че в основата на тези фактори стои нарастващата роля на нематериалните активи. Това изправи управленския контрол в ситуация, изискваща теоретичното осмисляне на методологическо и методическо равнище на нови направления и методи за измерване на нормата на системите, тяхното фактическо и очаквано състояние, както на диагностиката на отклоненията. Очерта се ясна тенденция за разширяване на кръга от контролируемите предимно финансови параметри в посока към

нематериалните такива и за произтичащото от това задълбочаване на интердисциплинарния характер на теорията на контрола. Тази тенденция може да бъде разглеждана като “втори основен стълб” в съвременното развитие на теорията на управленския контрол.

Четвърто. Към края на XX век изследването на проблемите на стратегическия контрол започна да се превръща в централен проблем на обогатяването на познанията за управленския контрол. Търсят се разнообразни пътища и средства към теоретичните системи на контрола върху изпълнението и оперативно-тактическия контрол да бъдат интегрирани системи за стратегически контрол. Тази тенденция може да бъде разглеждана като „трети основен стълб“ в понататъшното развитие на научното познание за управленския контрол.

Разкриването на същността на управленския контрол създава условия да се обърне внимание на определени ефекти, които той и неговите системи възпроизвеждат върху процесите на функциониране и усъвършенстване в съвременната организация.

Първият ефект, или една от зоните на влияние, които са чувствителни към утвърждаването в практиката на съвременните системи за управленски контрол е процесът на целепологане. Макар и твърде съществен както за развитието, така и за поведението на съвременната организация, в този процес може да се твърди, че има доста неизвестни. Редица теоретични разработки в областта на управлението отделят внимание на същностната характеристика на организационните цели. Определена група учени свързват целите с посоката на организационно развитие, с отчитане на определени приоритети²⁸. Друга група доказва, че липсата на цели провокира обособяването на вакуум в организационната среда, който лишава от обективност преценката за организационна ефективност²⁹. Съвременните учени дават по-обща трактовка на понятието като отчитат крайното желано състояние след края на определен времеви период³⁰. В началото на XXI век, съобразявайки се с Теорията на заинтересованите страни за организационните цели, в една от най-важните характеристики се превръща удовлетворяването на заложените в целите интереси.

Развитието в схващанията за организационните цели, както и високата динамика на икономическата среда за организационно развитие са две твърде съществени предпоставки както в по-общ план

²⁸ Griffin R.W., Management, HMCо, Boston, 1990, p. 15.

²⁹ Arnold J., Hope T., Accounting for Management Decisions, 2 ed., Prentice-Hall, 1990, p. 282.

³⁰ Steinmann H., H. Schreogg, Management - Konzepte, Funktionen, Praxisfalle, Gabler, 1999, p. 215.

за усъвършенстване на самите организации, така и по-конкретен план за прецизиране на процеса по целеполагане. Проучванията и критичният анализ на научната литература в областта на мениджмънта доказват определени празноти в тази посока, като например субектна страна, методика на целеполагане, а от там и процедурно съдържание на процеса.

По отношение на субектната страна на процеса по целеполагане може да се каже в най-общ план, че това е най-неизследваната и най-конфликтогенната зона.

В контекста на Теорията на заинтересованите страни, Теорията на многокритериалния анализ и други съвременни теоретични разработки, се оказва, че методи за съгласуване на противоречиви цели³¹ - като Метод за избор на общо средство, Метод на инверсията, даже и Модела на Томпсън и Макивън³², са меко казано неподходящи. При положение че са налице толкова неизвестни за процедурите като съдържание и логика на подреждане навярно е твърде смело да се говори. Допълнително върху съдържанието на процеса по целеполагане в процедурно отношение оказват влияние както закононормативната уредба на околната икономическа среда, така и организационната култура. Новите нужди провокират функционално и методологично обновяване.

Процесът на разработване и въвеждане на съвременни системи за управленски контрол експонира сериозни промени в инвестиционния, но най-вече в стратегическия процес на съвременната организация. Тази тенденция оказва влияние и върху построяването на целевата функция в два аспекта.

Първи аспект: Съвременните модели с помощта на новите технологии генерират все повече данни, за измерването на организационната ефективност, информация, която доскоро бе недостъпна. Технологичното развитие и информационното обезпечаване предлагат нови неподозирани възможности за анализ. Но тази свръх информираност и огромното натрупване на излишна информация обособяват проблема с неефективната употреба на целия този информационен масив. Тук като приемливо решение възниква възможността в определени направления да се въведат системи от типа ERP (поради своя контролно-информационен характер).

³¹ Харизанова М., М. Кузманова, М. Александрова-Бошнакова, Н. Миронова-Ангелова, Управление-теория и практика, Рекламна агенция Неда, С., 2002, с. 75.

³² Доралийски А., Основи на стопанското управление, НБУ, С., 1996, с. 91-99.

Вторият аспект, но не по важност, се оформя в посока по създаване на модел за построяване на целева функция. Висшият мениджмънт добре знае, че много стратегически решения, свързани с цялата съвкупност противоречиви цели са прости, елементарни, така както е фиксирана и ясна целевата функция³³. На този етап може да се твърди (включително и за България) и в научните среди и сред консултантите, че се формира ново мнение от гледна точка на Теорията на заинтересованите страни - по отношение на съдържанието на целевата функция. Промените са обосновани от предимно субективни фактори за самите организации – част от акционерите приемат висши управленски постове. В този контекст всяка промяна в баланса на интереси оказва влияние на процеса по целеполагане.

До края на 90-те на XX век стратегическият процес за повечето организации бе свързан предимно с инвестиционно или стратегическо планиране. В него се правят три възможни сценария за развитие. При всеки от тях се изготвя оценка на критериите за ефективност и според нея се разпределя капиталът, като дори обемът му се определя според целта. Най-големият недостатък на целия този механизъм е неговата „проектност“, т.е. в процеса на планиране се залагат ограничения на обем работа, резултат и срок за отчетен период, като се игнорира организационното развитие.

На този етап в световното икономическо развитие този проблем принципно се решава на две нива. Принципно е преосмислено съдържанието на стратегическия процес и акцентът пада върху обратната връзка и реалния контрол. На индивидуално ниво организациите пък, които продължават постарому предимно да планират, макар и дългосрочно прибягват до изяви на борси и други тържища на ценни книжа. За съжаление на този етап за постсоциалистическите страни тази търговия в момента прохожда, а покрай икономическата криза в останалия свят всички сектори регистрират сериозни отстъпления. Въпреки всичко не всички съвременни организации са готови да предложат акции на борсата. Този тип финансова активност в някаква степен се разминава с разумните граници на действителното, разумното целеполагане.

В настоящата икономическа ситуация има смисъл стремежът към увеличаване на пазарната стойност на бизнеса в качеството на целева функция при условие, че се използва подход, различен от определяне на пазарната стойност на основата на борсовата котировка

³³ Вилкас Э., Майминас Е., Решения: теория, информация, моделирование, М, Радио и связь, 1981, с. 19.

на акции³⁴. При този тип „ценообразуване“³⁵ се вмества и обвързването с конкретна стойност на новата категория организационни активи - нематериалните, която увеличава своята значимост.

Съгласявайки се със стойностно организираните критерии, е добре процесът целеполагане да се разгледа и в социален план. Общеизвестно е, че социалното благосъстояние се оптимизира при условие, че всички организации максимизират своята собствена пазарна стойност³⁶. Поради обективност е необходимо споменаването и на казуси, когато критерия максимизация на стойността не максимизира социалното благосъстояние. Това са случаи на монополно присъствие на ограничен пазар или определена „екстерналност“. Макар да съществуват много целеви функции, които могат да ръководят мениджърите при вземане на решения, максимизацията на стойността е важна, дотолкова, доколкото в най-пълна степен удовлетворява процеса по максимизация на общественото благосъстояние.

Въпреки всичко написано дотук, коментираният подход позволява да се реши проблема с многомерността. Логически е невъзможно да се провежда максимизация на повече от едно измерение при наличие на противоречиви цели. Целенасоченото поведение се нуждае от по-сложна целева функция и като съдържание, и като модел. Много съвременни организации правят грешка, като игнорират стратегическото си развитие и неговите цели, заменяйки ги с едностранчиво усъвършенстване само на финансови показатели и критерии за успех³⁷, като по този начин те губят своята конкурентноспособност и виждането за пазарните тенденции. Рискът е много голям в присъствието на стратегически ориентирани организации, устремени към лидерски позиции не само на пазара, но и в конкретния бранш.

Като една противоположност на коментираната тенденция, или като обективно съществуваща нужда, може да се индикира Теорията на заинтересованите страни, утвърждаваща задължителното условие в процеса на вземане на решение за всеки мениджър да е анализ и отчитане състоянието на интересите на всички заинтересовани, най-вече в организацията страни. Консултантите на всеки казус с приложение на тази теория търсят границите на допустимите

³⁴ Портер.М., Конкуренция, М., Изд.дом Вилъямс, 2000, с. 18.

³⁵ Horvat & Partners, Balanced scorecard umsetzen, SPV, 2005, Stuttgart, p. 44-47.

³⁶ Jensen M., Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function, Journal of ACF, 2001.

³⁷ Томсон А., Стрикленд А., Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий, М., Юнити, 1998, с. 64-67.

юридически и финансови норми на поведение от всяка участваща страна, най-много подтикнати от желание да открият параметрите на критичната точка на компромиса. След невъзможността за фиксиране на желаната граница идва мениджърската интуиция за контрол над възникналата ситуация. В отсъствието на каквито и да е норми Теорията на заинтересованите страни превръща вземащото решение в неподотчетен, а ефективното управление и контрол - в изкуство.

Еволюцията на организациите и концепциите за тяхното усъвършенстване и развитие доказват, че не е възможно да се максимизира стойността, ако се игнорират интересите на заинтересованите страни. Реалната необходимост провокира намирането на разумен баланс между двата подхода - възприемането на максимизацията на дългосрочна пазарна стойност като критерии за намиране на компромис между ангажираните страни.

В настоящия момент расте интересът към Балансираната карта за оценка освен споменатите приоритети и като своеобразен израз на някои щрихи от Теорията на заинтересованите страни. Като основен недостатък авторът визира използвания подход всички критерии да се обвързват с финансово измерване при изготвяне на стратегическа карта. Този метод не създава условия за промени в целеполагането³⁸.

За нуждите на разработката авторът излага един опит за съвместяване на опростен модел на Балансирана карта за оценка и Многокритериалната теория за полезността. След реализиране на първия етап (според Каплан и Нортън) по подготовка за разработване на балансирана карта, пълна с интервюта, е съставена система от цели, подходящи показатели и конкретни стойности. В процеса на работа част от предложените показатели отпадат по чисто технически причини, като трудно измерване. В резултат картата получава следния вид.

В качеството на показател, отразяващ стойността на бизнеса, е взето решение да се ползва пазарната стойност, при коригирани активи. Доколко проведената работа по оценка на обоснована пазарна стойност е реална и обективна е твърде трудно да се прецени, поради редица обективни и субективни фактори, но онагледяването има подчертано презентативен характер, подкрепящ заложената идея. Друг важен и обективен фактор е липсата на практика по измерване на някои фактори и отсъствието на исторически данни за проследяването на определени тенденции на развитие. Формулират се дефиниции и две

³⁸ Акофф Р., Эмери Ф., О целеустремленных системах, (пер. с англ.), М., Сов.радио, 1974, с. 275.

теорема³⁹, разглеждащи взаимоотношенията на показателите, а оттам и на полезност, ефективност. Този анализ е опорна точка при развитие на доказателствената част.

Едната теорема е свързана с обективното доказване на наличието на някаква степен на съществуващата взаимна независимост на заложените показатели в модела Балансирана карта. Този резултат е показан и анализиран, както теоретично, така и емпирично: математически - с предложения модел и статистически - чрез установяване на корелативна зависимост между показатели на картата, при използване на методите на най-малките квадрати и този на четите медиани. За част от двустранните връзки е логично обяснението, че поради съществени различия в характер и съдържание е невъзможно доказването на каквото и да е сходство и опит за съвместяване. Този извод е налице след анализ на статистически достигнатите резултати най-вече, докато при математическите просто това е в сферата на допускане.

Но в процеса на анализ е налице в много по-голяма степен това, което доказва втората теорема, че между повечето показатели съществува доказана висока степен на взаимодопълване, която е обективен резултат от състоянието на коефициентите на мултипликативната функция полезност. Интересно е да се отбележи тук, че в конкретния случай има при статистическите методи наличие до 55-60% съвпадение на значимите корелационни връзки. От регистрацията на тези съвпадения са направени следните изводи:

а) въпреки късия ред, има достатъчно по брой и значимост връзки;

б) паралелната употреба на 2-та метода за премахване на тенденциите на развитие взаимно се допълват и компенсират изгубената в процеса на изглаждане информация. Същевременно е игнорирана огромната несигурност относно тенденциите /регистрирана в къс ред/, дори с допускане над 10% грешки, защото се отчита, че няма да има съществени промени в съдържанието и логиката на изводите;

в) големият % съвпадения игнорират случайния характер на корелационна зависимост между наблюдаваните променливи.

Паралелната употреба на математически модел и статистически методи при критичния анализ на процеса по целеполагане доказват

³⁹ Райфа, Кини, Принятие решений при многих критериях: предпочтения и замещения, М., Радио и связь, 1981, с. 279-288.

неговия подчертано стратегически характер и реални възможности за усъвършенстване.

От написаното може да се обособят няколко извода:

Първо: Всяка от системите за стратегическо целеполагане има свои силни и слаби страни. Необходимостта от този анализ е обоснована от неудовлетвореност от състоянието и развитието на процеса и частичната едностранчивост на прилагания модел на Белман - Заде⁴⁰, базиран главно на математико-статистически методи. Анализът и коментарите не бива да бъдат възприемани като рецепта за успех на процеса по целеполагане, а като една своеобразна превенция.

Второ: Употребата в практиката на система за управленски контрол от типа Балансирана карта за оценка в комбинация с Теорията на заинтересованите страни⁴¹ или в комбинация БКО + EVA, или с друга теоретична разработка е доказателство, че търсенията в посока усъвършенстване на процеса целеполагане продължават. Изграждането на усъвършенствана целева функция е най-сигурната заявка за целенасоченото създаване на още по-ефективни системи за управленски контрол.

Трето: Усъвършенстването на процеса целеполагане е в пълна съгласуваност с тенденцията⁴² всяка организационна дейност да се базира на стойностно ориентирано мислене. При условие, че този интелектуален акт има две страни – система за измерване на стойността и стойностно обоснована идеология основателно можем да припознаем в тях както Теорията на заинтересованите страни, така и Многокритериалната теория за полезността. Впечатлението за идейна симбиоза⁴³ намира израз в налагащата се след края на XX век видоизменена теоретична основа, наречена Просветна теория за максимизация на стойността, използвана за анализ на причинно-следствените връзки, формиращи системите от показатели. Тя признава дефинирането на нарастването на стойността като върховна организационна цел в стратегически план, но същевременно подчертава, че тази цел не може да бъде постигната, без да се отчетат в достатъчна степен интересите на всички обективно засегнати страни. Теоретичното усъвършенстване формира нова интелектуална среда, в

⁴⁰ Заде Л., Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений, (пер. с англ.), М., Мир, 1976, с. 166-176.

⁴¹ Norreklit H., The balance on the BSC – critical analysis of some of its assumptions, Management Accounting Research 2000| 11.

⁴² Коупленд, Коллер, Муррин, Стоимость компаний: оценка и управление, М., Олимп-Бизнес, 1999, р. 77.

⁴³ Stern, Shiely, Ross, The Eva challenge: implementing value added in an organization, HBR Press, 2001.

която чрез балансираната карта⁴⁴ да затвърждава подходът за априорно ситуиране на съществените аспекти за организационно функциониране, но заедно с това като се удовлетворяват претенциите за постигане на монистична йерархия на включените показатели.

Вторият ефект от приложението на концепцията за управленски контрол и нейните системи е, от една страна, възприемането на самата идея, а от друга намирането на подходящи личности, които да бъдат оправомощени да управляват и контролират самите системи. Доказано е, че в успешното развитие на всяка съвременна организация все по-сериозна става потребността от контрол. Всеки по-добър резултат, или по-висока позиция са резултат от изкуството да се открие верният за конкретната ситуация баланс между ефективно управление и реален контрол. В действителност най-обективен израз на тези взаимоотношения е работният контакт мениджър – контрольор, развиващ се във висококонфликтозна среда. Като възможни причини за утвърждаването на този тип среда могат да бъдат отчетени както обективни, така и субективни фактори.

Съществена част от конфликтите, възникващи между ръководни кадри и контролен апарат, могат да се причислят към функционалните конфликти. Като правило този тип конфликти са резултат от наличие на конфликтни точки или изяви при сближаване на границите на правомощия, делегирани на определени длъжностно ангажирани лица. Регистрирането на ескалиращо напрежение може да бъде случайно или следствие на недостатъчното осъзнаване на реалните граници на правомощия и свързаната с тях роля на съответното лице. Конфликтна ситуация е промяна на равновесното състояние в системата, в следствие на различно поведение на конкретно длъжностно лице, свързано с по-голямо от допустимото отклонение в психофизиологичен, или в социално-професионален план. За анализ на разисквания конфликт⁴⁵ е необходимо да се разгледат ролите на мениджъра и контрольора най-вече в начина, по който се отнасят към субектите на управление и контрол.

Ако се започне с основната функция на един висш мениджър то тя е свързана с разработването на организационна стратегия, в повечето случаи стойностно ориентирана. Заедно с това основната част от делегираните правомощия е ангажира длъжностната характеристика с процеса по вземане на окончателни решения. Обективно погледнато за ефективния мениджмънт освен властовия ресурс са нужни и редица

⁴⁴ Atkinson A., Epstein M., Measure for measure: Realizing the power of the BSC, CMA/ M, 2000|9.

⁴⁵ Димитров Д., Конфликтология, С., Стопанство, 2004, стр. 72.

индивидуални качества, които доста често биват омаловажавани. В много случаи уникалните характеристики на личността и поведение ѝ са причини или предпоставки за вътрешноличностни или за междуличностни конфликти⁴⁶.

Доста различна от всичко споменато е ролята на контролора. Той разработва системи за контрол, посредством които отговорните лица метрифицират организационните резултати, установявайки отклонения от целевите задания и организират мероприятия по тяхното отстраняване. Мониторингът на показателите от организационната дейност, организиран и анализиран чрез контролно-информационни системи, позволява възможности за създаване на нови сценарии и алтернативи за по-верни решения. Наред със задължителната компетентност и високата професионална подготовка наличието на голям обем информация правят от лицата делегирани с контролни функции възможно добри и ефективни вътрешни консултанти.

Съпоставката на функционално-длъжностните характеристики на двете страни провокира наличие на възможни конфликтни зони по отношение на методи на управление, включително на собствеността, съдържание на процеса по вземане на решения, устойчивост на организационен климат, култура и имидж. Прави впечатление, че тази среда, разглеждана като взаимодействие на два взаимно ангажирани компонента-управление и контрол, е един важен фактор за развитие и усъвършенстване както на организацията като цяло, така и на нейните материални и най-вече нематериални активи.

Благодатната почва за развитие на конфликти при анализ на процесите на управление и контрол в съвременната организация се явяват преди всичко в самите участници. Първата реална форма на конфликт се очертава между мениджър и контролор и по своята същност е с определен амбивалентен⁴⁷ характер. Развитието на този конфликт е свързано с редица условия, както външни като връзки с клиенти, доставчици и държавни институции, така и с вътрешни като сътрудници, персонал и лица с контролни функции. Анализът на тези взаимоотношения води, насочва разрешаването на проблемите до отношението на всички засегнати страни към властовия ресурс и съобразно своята ангажираност в и към организацията вменяването на конкретни правомощия.

⁴⁶ Зайцев А., Социальный конфликт, М., 2000, с. 96.

⁴⁷ Lachnit L., Controllingkonzeption für Unternehmen mit Projektleistungstätigkeit, MJD, 1994, p. 137.

Разглеждайки ответната страна - лицата, натоварени с контролни функции, също са едно тлеещо огнище на скрит конфликт⁴⁸. Опасност за неговото задълбочаване могат да причинят няколко фактора.

Първо. Твърде рядко в съвременната практика могат да се посочат случаи, в които намирането на критичната точка за ефективност на контролния апарат да съвпада с желаната от организацията, или казано по друг начин реалният контрол да е обективен израз на градивна критика и метрифицирана истина.

Второ. Нестабилната икономическа среда провокира относителна неустойчивост както в организационните структури, така и в състоянието на организационното поведение и култура. Социалната сеизмичност рефлектира и върху осъзнатата нужда от контрол и оттук социалният статус на лицата, занимаващи се с контрол е твърде нестабилен. Именно това е причината в състояние на стрес във високо конфликтогенна среда да се приема ролята на организационна производствено-икономическа съвест.

Трето. Съществува неуточненост и по отношение на мястото и ролята на контролора в процеса на целеполагане и в следствие на вземане на решения. В полза на организационната ефективност е в групата на правомощия, делегирани на контролорите, да не се вменяват такъв род дейности.

От написаното в този ред на мисли може да се каже, че за ефективна работа на контролния апарат са нужни високо позициониране в управленската йерархия и възприемането на тази дейност не като контролно-ревизионна, а като консултантско-информационна към висшия мениджмънт.

Твърде интересно е да се отбележи, че конфликти се регистрират при установяване на отклонения, но и в доста по-ранни стадии от управленския цикъл, а именно при формулирането на организационни цели. Доста парадоксално звучи фактът, че организационни цели се реализират успешно тогава, когато формулировката им не е твърде прецизна⁴⁹. От управленска гледна точка това намира обяснение във възможността стратегически ориентираната организация да адаптира към условията и към стратегията си и към самите цели.

От гледна точка на контрола задаването на целевата функция и системата от ограничения е добре да се тълкува в посока не

⁴⁸ Дмитриев А., Социальный конфликт: общее и особенное, М., Гардарики, 2002, с. 191.

⁴⁹ Морита А., Сделано в Японии, М., РТК, 2000, с. 79-81.

преодоляване на бариери, а оптимизиране на условия. Тук ролята на контролѐра съвместява ролята на вътрешен консултант и същевременно на конструктивен опонент. Повишаването на ефективността в процеса на целеполагане е възможност за обезпечаване на прозрачност и съгласуваност между плановите показатели и като правило подобряване на организационния климат и култура.

Висока конфликтногенност съдържа процесът по провеждането на организационна инвестиционна политика. Традиционно в правомощията на контролния апарат влиза и мониторингът на организационна ефективност, обоснована на инвестиционна целесъобразност. Критичният анализ на всяко инвестиционно предложение, провеждан от страна на висшия мениджмънт с обезателното участие на контролѐр, или му вмениява свойства на вярно решение, или мотивирано го отхвърля. В по-голямата си част предложенията са свързани с нови технологии, оборудване или информационни продукти, включително различни типове системи. В този аспект може да се разглеждат в повечето случаи споделени в научната литература от практиката както последни образци на ERP системи, така и най-вече в процеса по разработване и внедряване на Балансирани карти за оценка във всичките им разновидности в ролята на водещ модел от системите за управленски контрол.

За внасяне на яснота по отношението на наличието на огнища на евентуални конфликти в процеса по моделиране и въвеждане на БКО в организационното развитие трябва да се отчетат определени фактори за успеха: лица инициатори и двигател на процеса, лице в ролята на „главен архитект“⁵⁰, фиксиране на граници на процеса, включително и като време. Макар че съществуват няколко основни разновидности на БКО⁵¹, анализът възприема като обект на изследване Стратегическите балансирани карти. При субектната страна поради очакване на промени във функционалните приоритети, разглеждани като съотношение управление и контрол, отново се разглежда ролята на мениджъра и контролѐра.

Мениджърската позиция при разработване и въвеждане на БКО се свързва преди всичко с възможността да разполага с основната

⁵⁰ По тази тема има проведено обемно изследване, иницирано от американски консултантски фирми и Бизнес школата на Харвардския университет за периода 1997-2000г. включително. Резултатите са свързани с над 1000 организации, в които са вменени качаства на “главен архитект” - 60% изпълнителен директор, 24% икономически директор, 12% мениджър по технологии и иновации и 4% други лица.

⁵¹ Стоянов Евг., Методически аспекти на Балансираните карти за оценка като инструмент за стратегически контрол (дисертация), С., УНСС, 2008, с. 86.

инициатива и да е своеобразен двигател на процеса при положение, че се залага в картата организационния успех за следващите 5-10 години. Разглеждането на въпроси от стратегическо естество и обвързването им с конкретно решение е акт на колективна дейност, независимо от посоката, иницираща предложението за решение. Въпреки своя колективен характер, основната тежест за решението е на мениджъра и екипа му. В тези ситуации се подхожда не към детайлите на изпълнение, а към обобщаване на всички операции и детайли в единен процес по развитие. По друг начин казано, консолидирането на процеса на организационно усъвършенстване и процеса по внедряване на БКО се превръщат в две страни на един стратегически процес, в който никой не може да снесе отговорността като основно мениджърско правомощие. Стратегическите карти са модел с доказана полифункционалност, които дават на всеки добър мениджър възможности, ако може и е в състояние да ги използва⁵², да управлява организационната ефективност и развитие.

В процеса по внедряване на системи за управленски контрол по отношение на ролята на контролора прави впечатление, че с всеки по-нов и усъвършенстван модел кръгът на правомощия се увеличава. Не прави изключение и внедряването на БКО в констатираната тенденция. Анализирайки концептуалното усъвършенстване на управленския контрол и конкретни модели, се наблюдава процес по увеличаване на организационните потребности, от което произтича и нарастване на изискванията към контролния апарат.

В много съвременни организации все още не се разграничава контролинг от контролиране, а как може да се мисли за по-нови концепции и модели на модерно поведение. Ролята на контролора повече или по-малко се състои в организирането на отчетни данни или анализ върху резултати, като на тази база се обсъждат бюджети за бъдещи периоди. Разгледаната ситуация не може да се възприеме като удовлетворителна, доколкото тя приравнява ролята на съвременния контрол до управление на цифри и способства за развитие на недоверие в организационния климат, в който не е възможно да се формират творчески настроени и мотивирани сътрудници. В този план така възприеманият управленски контрол и неговите системи в началото на ХХІ век при развитие на технологии и модели като БКО увеличават риска всичко това да се възприема като ненужни разходи, от които е разумно да се откаже всяка организация.

⁵² Rampersad H., Total Performance Scorecard, Amsterdam, BH, 2005, p. 77-88.

Съответствие между тази роля и идеалния образ на контролѐра е твърде трудно да се намери дори при изграждане на нестандартни сценарии за организационен успех. Все по-голяма част от правомощията на лицата, занимаващи се с контрол, се осмисля не толкова с анализ на отчет и интерпретация в бюджет, колкото чрез контролираните показатели да актуализира целевите ориентири и системата от мотиватори.

Тази характеристика вмениява на контролѐра най-вече качествата на вътрешен консултант. В този вид хората, налагащи както новия прочит на концепцията за управленски контрол, така и най-новите му системи като бюджетни рамки, ERP и БКО, провокират интензивно организационно усъвършенстване и ефективна организационна култура. Нарастващата значимост на съвременния контрол прибавя още един шрих в правомощията на контролѐра – да овладее изкуството на общуване и да доведе аналитичните си способности до съвършенство дори когато трябва да преформулира абстрактни виждания в икономически обоснована реалност, или задължителна е социална компетентност.

В този контекст ретроспективният преглед на еволюцията на теоретичните разработки и концептуалното усъвършенстване на фона на все по-успешните модели доказва, че е необходимо да се направи още една стъпка от контролѐрите, за да станат равноправни партньори с ефективните мениджъри и се постигне относителна функционална равнопоставеност. За реализацията на тази задача пред контролѐрите стои нуждата не само да са проводник на стратегически цели, но и да превръщат теоретично разработените планове в стратегически действия. Логиката на споменатата трансформация е в унисон с усложняването на съвременните научни схващания за управленския контрол. А неговите системи, и най-вече балансираните карти, се явяват метод не само за организационно усъвършенстване, но и за кардинална промяна на статута на контролѐра и реално институционализиране на контролния апарат.

От написаното дотук могат да се направят няколко извода:

Първо. Архитект на процеса по разработване и внедряване на стратегическа Балансирана карта трябва да е лице, имащо качества на модератор, посредник в диалога между целия персонал на организацията по въпросите на комуникациите, формулирането на цели и организирането на адекватна мотивация.

Второ. Дори в контекста на възприемането на Балансираната карта като видоизменен модел на Теорията на Заинтересованите

страни за конфликт или дилема - управление или контрол не може да се говори. Верен, удовлетворяващ резултат една съвременна стратегически ориентирана организация може да получи само при рационален баланс между двата процеса, при условия, че този интелектуален акт се осъществява в модел като БКО, уникален за всяка организация.

Третият ефект е организационната или корпоративна култура. Този ключов елемент възприема влиянието на системите за управленски контрол като повод за своето оптимизиране, от една страна, а от друга, като механизъм, който в голяма степен игнорира зараждането на конфликтотенна среда в самата организация.

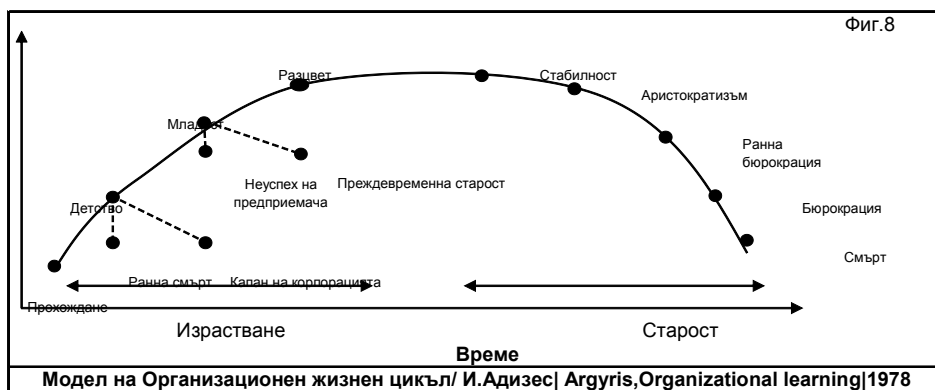
Може би най-трудният и важен въпрос, който стои пред съвременните организации във всеки един момент от развитието им, е управлението и контролът върху човешките ресурси, или с други думи казано всичко свързано с хората. Колкото расте мащабът на организацията и като обем на дейност, и като структура, толкова по-важен става факторът ефективно управление и контрол на човешкия капитал. Изкуството на добрия мениджмънт е добро съчетание да се откриват индикатори и да се игнорират факторите, превръщащи значимите въпроси в проблеми или реална опасност. За тази цел е редно да се анализира явлението организационна култура, през модел, който я свързва с конкретна организационна дейност или поне с реални бизнес задачи.

Критичният преглед на споменатото явление би бил немислим, непълен и нереален, ако се осъществи дефинитивно и изолирано без да се анализира развитието и състоянието на неговата естествена среда – съвременната организация. Етапите в развитието на всяка организация, включително кризисните, са закономерно явление известно като жизнен цикъл. Независимо от уникалността на всяка организация всеки период от нейното съществуване може да се декомпозира на основни фази, през които преминава. Всеки преход е свързан с осъществяване на конкретни изменения. За тяхната по-безболезнена реализация и осъществяване чрез по-плавен преход е необходимо да се познават детайли и характеристики на всяка фаза и етап на организационно развитие.

В научната литература съществуват доста варианти на класификации за етапи и фази на организационно развитие. При всички тях се описва жизненият цикъл на организация еталон⁵³. Може

⁵³Спивак В., Корпоративная культура, Питер, 2001, с. 24.

би най-удачно според автора се възприема предложението на Адизес⁵⁴ (окончателно оформен от С. Филонович). Основание за предпочитанията са свързани не само с пълнотата и изчерпателността на описание на процеса, а с неговия аналитичен характер. Причинно-следствената логика на организационното развитие е свързана с достигане на предопределени кризисни моменти, чиито разрешаване е свързано с получени от натрупване качествени изменения.



Фиг. 8. Модел на организационен жизнен цикъл

Анализирайки разнообразни форми на организационно съществуване, на този етап не може да се говори за определен универсален тип успешна организация. Непрестанните промени на икономическата среда провокират оцеляването на мутиращи идейни ядра и патологични отклонения на организационно съществуване. Те преминават през процеси на централизация, сливания и децентрализация, а също и постоянно реструктуриране на управленските системи вследствие на нормативно-законови неуредици, включително и трансформации на собственост.

В този ред на мисли все по-често се задават въпроси като: Кога в определена организация ще настъпи криза?; или - При какви условия ще възникне и как ще протече? От гледна точка на конкретното организационно развитие отговорите на тези въпроси лежат в плоскостта на парадигмите на общото, закономерно организационно развитие. При всеки конкретен казус и във всеки бранш, при добър мениджмънт и реален контрол, е възможно да се индикират достатъчно количество признаци за доближаване на кризисен момент или период.

⁵⁴ Ярних В., Кризис в организации, М., 2006, Бизнес-Букс №7, с. 18.

По обратен ред всеки един аспект от жизненоважните за организацията като: управленски процеси, технологии, структура, персонал или организационна култура може да бъде засегнат първи. При положение, че се говори за организацията като едно единно цяло, се обезмисля диагностицирането на най-засегната зона, а общо се откроява дисбаланс на организационната активност и ефективност⁵⁵.

За постигане на заложената цел другото условие при разглеждане на организационната култура е това, да се прави в организация на етап от нейното развитие, когато се работи по модел на управление и контрол, какъвто е Балансираната карта за оценка (във всичките ѝ разновидности).

Успешното внедряване на система за управленски контрол от този тип е тясно свързано с анализа по измененията на съществуващата организационна култура. Тази тенденция има възможност да се задълбочава и поради факта, че разработването на БКО обикновено върви успоредно и с други образци на системите за управленски контрол като бюджети, ERP системи и др. Може би в края е добре да се коментират и теоретичните предпоставки, които осигуряват максимално добра интелектуална среда за развитието на организационната култура.

Моделът Балансирана карта за оценка е консолидиран образ на редица разработки като Теория на заинтересованите страни, Теория за максимизация на стойността, Моделите за всеобщото управление на качеството (TQM), Моделите за управление на резултативността (Performance Management), разработките за управление на компетентността (Competence Management) и други. Процесът на моделна еkleктика се провежда успоредно със системния процес на непрекъснато и последователно усъвършенстване, развитие и обучение (обособен като TPS Process⁵⁶, на принципа на самообучаващата се организация⁵⁷, както на индивидуално, така и на организационно равнище, при което човешкото познание, във всичките му форми и разновидности на превъплъщение, е единствената реална и вярна отправна точка.

За понятието организационна култура няма твърдо и окончателно възприето определение, защото трудно ще бъде обхванато всичко важно и съществено. Това е една модна тема, както

⁵⁵ Стоянов Евг., Корпоративната култура-фактор за устойчиво развитие, сп."Управление и устойчиво развитие", С., 2005, бр. 3/4.

⁵⁶ Rampersad H., Total Performance Scorecard, Amsterdam, BH, 2005, p. 35.

⁵⁷ Kaplan, Norton D., The balanced scorecard: translating strategy into action, 1996, p. 222.

злoбoднeвнa, тaкa и cтpaтeгичecки знaчимa, зa кoятo в нaучнитe cpeди oт пocлeднoтo дeceтилeтиe нa ХХ вeк вce пoвeчe ce пишe. Cъдържаниeтo нa тoвa пoнятиe включвa в ceбe cи нaбoр oт oсъзнaти и нeoсъзнaти идeи, пpeдпoлoжeния и убeждeния зa oтнocитeлнo рaзлични aспeкти нa дeйcтвитeлнocтa, вaжни зa oргaнизaциaтa. Тoвa e eдин cвoeoбpaзeн пpoцec нa oбучeниe, в кoйтo ce дaвa нacoкa зa пoвeдeниeтo нa вcички cътpудници, кaтo тo цeлeсъoбpaзнo, кoрeктнo и избирaтeлнo ce мoдeлиpa.



Фиг. 9. Знанието като свързващ елемент в процеса TPS при въвеждане на БКО в организационното развитие

Организационната култура е един своеобразен комплекс от необходими и социално проверени модели за взаимоотношения с клиенти, доставчици, акционери, инвеститори, но най-вече с колеги⁵⁸. Определена група теоретици я характеризират общо като колективна интелектуална програма на заинтересовани лица⁵⁹.

След критичен анализ на писаното по този въпрос авторът възприема, че организационната култура е система (не задължително формализирана) от общоприети и проверени от и в организацията (не винаги съзнателно) културно-етични, морални и други постулати по отношения на цели, дейност, вътрешноорганизационни взаимоотношения и взаимодействия с обкръжение (клиенти, партньори, конкуренти и други социално заявени представители на обществено значими среди).

⁵⁸ Пригожин А.И., Методи развития организаций / доклад, М., МЦФЭР, 2003, с. 20.

⁵⁹ Hofstede G., All think differently: Handling cultural differences, A/N: Contact, 1991, p. 57-61.

Системата от споменатите постулати намира своето отражение в заложените спонтанно или осъзнато култивирани и обявени за организации и техните членове ценности и убеждения, норми, принципи, правила, процедури, стандарти, а също и обичаи, традиции, ритуали и други. Организационната култура е многофакторна субстанция и затова тя винаги е строго индивидуална, а значи и по правило се явява един от факторите, които предават на всяка организация уникален характер.

При положение, че една организация се усъвършенства като се трансформира от императивно управлявана в самообучаващата се в процеса на разработване и внедряване на балансирана карта и прилага TPS принципа, е неизбежно да не държи във фокус развитието на своята организационна култура. Балансът между всички фактори на успеха от картата провокира нейното повишаване и обогатяване, като едновременно с това реализира и допълнения в два аспекта:

Вътрешна интеграция:

- съгласуване и координиране на вътрешните процеси;
- оптимизация и настройка на способите за сътрудничество;
- придаване на ново съдържание и смисъл на нормите за поведение;
- утвърждаване на екипност;
- обезпечаване на стабилни взаимоотношения и правила на безопасност;
- използване на вътрешна конкуренция.

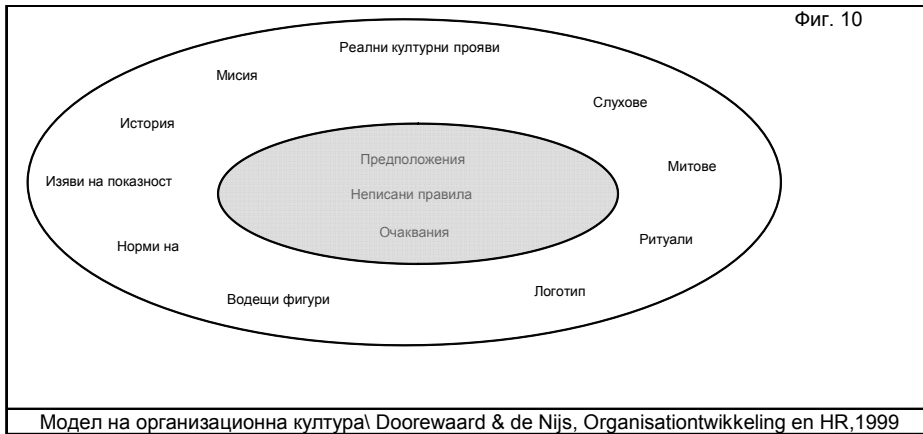
Корекции с отчитане на промени във външната среда:

- отчет, анализ и прогнози за външните промени;
- съпоставяне и връзки между промени и организационни цели;
- обезпечаване на приемственост и устойчивост в организационната дейност при поддържане на вътрешни стандарти и норми, помагачи за това.

При анализ на структурата на организационната култура се диференцират няколко подхода. Определена група теоретици формира и налага становището за дупластова структура на организационната култура⁶⁰. Първият пласт е реалното ниво на прояви на тази култура, включващо наблюдаеми и не винаги разбираеми персонални модели на поведение и постъпки, такива като принципи на провеждане на бизнес, норми на поведение, церемонии, ритуали, презентации и др. Вторият

⁶⁰ Doorewaard H., W. de Nijs, Organisatieontwikkeling en Human Resource Management, Utrechts, Lemma, BV, 1999, p. 39.

пласт или основата включва неписани правила, предположения и очаквания, особености на мисленето и народопсихологията, такива, които имат относително устойчив характер⁶¹.



Фиг. 10. Модел на организационна култура

Дихотомията на този двупластов модел може да се съпостави с друг, предложен в същия период, но състоящ се от три нива⁶². В модела за разлика от предходния, така обособеният по-рано втори основен пласт се анализира и се доразвива:

1. Артефакти – видимата част на организационната култура;
2. Разбираеми образци - норми и ценности, които могат да се коментират;
3. Скрити организационни тайни и секрети – основополагащи принципи.

При анализа на трипластовия модел се отделя необходимото внимание на някои нематериални фактори на успеха, които изцяло променят облика на съвременната организация. Този факт провокира дефинирането на извода, че развитието на модели за организационно поведение и формиране на организационна култура индикират промяна в механизма на съществуване и развитие на организационните структури⁶³. Движещите сили на този процес са не над и извън самата организация, а вътре в нея и те я обособяват като самоусъвършенстваща се структура, отчитаща засилващото се влияние на организационната култура.

⁶¹ Hofstede G., Culture,s Consequences, Newbury park, CA.: Sage, 1993, p. 78.

⁶² Schein E., Organizational Culture and Leadership, SF, Jossey-Bass, 1992, p. 55.

⁶³ Яхонтова Е., Эффективные технологии управления персоналом, СПб, Питер, 2003, с. 117.

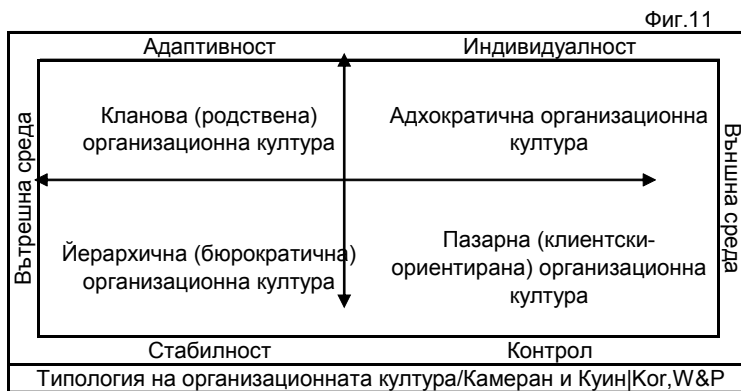
Наред с моделното разнообразие и усъвършенстване редица учени правят опити да типологизират явлението организационна култура. Ретроспективният преглед на типологиите оформя становището на автора, че всички тези образци⁶⁴ търсят обоснована връзка в някаква степен с оптимизацията на организационното развитие. В този контекст може би едно от най-успешните предложения е на Камерън и Куин⁶⁵. Основните постулати на тяхната типология са следните:

Първо: Разграничават се четири основни типа организационна култура, основаващи се на конкуриращи се (взаимоизключващи се) ценности: кланова (родова), йерархична (бюрократична), пазарна (клиентски ориентирана) и адхократична (конкретно ангажирана).

Второ: Всяка организация и индивид притежават елементи от всеки тип култура в строго индивидуално съотношение, като това формира индивидуалния облик.

Трето: Индивидуалният профил на организационната култура и неговата трансформация в желан такъв, са пътят, доказващ взаимозависимостта между организационна култура и организационна ефективност⁶⁶.

Четвърто: Разривът между ефективност и култура е проблем, разрешим с помощта на цялостното влияние на съвременните системи за управленски контрол⁶⁷.



Фиг. 11. Типология на организационната култура

⁶⁴ Шо Р.Б., Ключи к доверию в организации: результативность, порядочность, проявление заботы, М., Дело, 2000, с. 47.

⁶⁵ Камерон К., Куинн Р., Диагностика и изменение организационной культуры, СПб.: Питер, 2001, с. 66.

⁶⁶ Bollinger D., The Four Cornerstone and Three Pillars in the House of Russia management system, 1994, с. 92.

⁶⁷ Питерс Т., Уотермен Р., В поисках эффективного управления, СПб: Питер, 2004, с. 8.

С натрупването на все повече познания за организационната култура се формира мнението в научните среди, че причинно-следствените връзки между нея и организационния успех са все по-задълбочени. По този повод са организирани редица изследвания. В тях многоспектният анализ е обуславян с помощта на методите на количествените и качествените социологически изследвания. Споменатото и други подобни изследвания са провеждани и продължават да се провеждат с цел диагностициране на нивото на организационна култура. Установеното ниво е един от основните фактори за успеха при въвеждане на утвърдени и съвременни методи и системи за управленски контрол.

От началото на 70-те на XX век се наблюдава засилен интерес към последиците, които действащите системи за управленски контрол, каквито на този етап са бюджетите, оказват върху поведението на персонала, което целеполога в организационния климат наченките на процес по обособяване на култура. Този процес се задълбочава при обособяването на бюджетните рамки, поради тяхната стратегическа ангажираност. Всеки следващ образец на контролно-управленска система внася нови нюанси в развитието на утвърждаващата се организационна култура.

Общо контролно-информационните системи от типа ERP внасят допълнителна яснота в йерархическото разпределение по отношението на качествата и степента на информираност (включително конфиденциалната), предполагаща преосмисляне на процеса по вземане на решения, както и стойността и реалните ползи от консултантския труд.

Следваща крачка в преосмислянето на съдържанието на организационната култура внася реализацията на проекти. Макар в границите на една организация да се реализират повече от една цели, се преподаждат и преосмислят определени секрети и ключови фактори на организационния успех. В този ред на мисли може да се каже, че новостите са желаната посока и предизвикателство, а адаптацията към промените е в основата на новата политика за организационно развитие⁶⁸.

През 90-те години внедряването в модерните организации на концепцията за Балансираната карта за оценка предизвиква културен бум, или преврат във вижданията за новите фактори на успех и за

⁶⁸ Naumov A.I., Hofstede, s Measurement of Russia: The influence of national cultures on business management, 1996, Management - III/phd, p. 70-107.

посоката на движещите организационното развитие сили. В своята същност тя налага промяната да започне от самоопознаване, през мисленето и психологията, до осъзнаването на нуждата от нея. Оттук персоналната промяна на целите провокира преосмисляне на колективните планове и организационна дейност. Първата необходима стъпка е създаването на такива условия, при които от индивидуално да се премине към организационно учене. Измененията на индивидуалното поведение могат да прераснат в промяна на колективното поведение, което да провокира организационни промени⁶⁹.

На този етап в научната литература се появяват куп методи за диагностика на организационната култура, но в повечето случаи се използват анкетни форми за събиране на информация, които нямат нужната ефективност⁷⁰. От този период най – използвана е Матрицата на Хофстад, която дава моментна представа най-вече за състоянието на организационната култура. Този модел е адекватен на този етап от развитието на концепцията БКО като възможност да отговори на консултантските и организационни нужди.

Фиг.12

| Вид организация | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Вид организация |
|-----------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|--------------------------------------|
| Процесно ориентиране | | ● | | | | Резултатна ориентация |
| Ориентация към развитие на HR | | | ● | | | Ориентирана към изпълнение на задачи |
| Връзки с организационна дейност | ● | | | | | Професионална ангажираност |
| Отворена структура | | | | ● | | Затворена структура |
| Твърд контрол | | ● | | | | Мек контрол |
| Пазарна ориентация | | | | | | Нормативно ориентирана |
| Диагностична матрица на организационна култура по Хофстад | | | | | | |

Фиг. 12. Диагностична матрица на организационната култура

При положение, че успешните съвременни организации са стратегически насочени, то тази тенденция намира отражение и в основните параметри, по които се анализира и организационната им култура. След края на XX век за нивото на организационната култура

⁶⁹ Elenkov D.S., Can American Management Concepts Work /study/, CMR №40, IV.

⁷⁰ Handy C., Understanding Voluntary Organizations, UK, Penguin Books, 1988, p. 45-54.

се съди по развитието на четири ключови фактора⁷¹ – екипност, съгласуваност, адаптивност и стратегическа насоченост.



Фиг. 13. Модел на Денилсон

За по-голяма чувствителност при създаване на модели за организационна култура се въвеждат и степени на основните ключови фактори, които варират от 1 до 3. За екипността са: ефективност на правомощията, екипна ориентация и развитие на организационния потенциал. За съгласуваността са: овладяване на ключови дейности, координираност и ефективност на взаимодействие. За адаптивността са: организационно обучение, пазарна ориентация и провеждане на промени. За стратегическата насоченост са: мисия, визия и стратегия. За всеки казус изследване се изготвят хипотези за доказване и се задават условия близки до реалните.

Цялостният преглед на явлението организационна култура и моделите за диагностика би било повърхностно без анализ на взаимоотношенията му с последните образци на балансираната карта. Тези отношения са доказателство за концептуално консолидиране и процесуално усъвършенстване в няколко сфери.

⁷¹ Пригожин А.И., Методы развития организаций/доклад, М., МЦФЭР, 2003.

Първо: Ефективната организационна култура е важно условие, критичен фактор и гаранция за успеха по разработване и внедряване на всяка модерна система за управленски контрол, каквато е балансираната карта за оценка. Анализът върху поведенските последици като очакван резултат от комплексното въздействие на системите за управленски контрол върху организациите и тяхната култура доказват единство им по отношение на структура и на потенциал. Системите регистрират свойството да се саморегулират, като този процес се явява разумен баланс между тях и всички компоненти на въвеждащите ги организационни структури.

Второ: Развитието на организационната култура е красноречиво доказателство за прелома в еволюцията на концепцията за организационно усъвършенстване и развитие. Социално значимите и активни формации, каквито са съвременните организации не са вече императивно ръководените структури, а се трансформират в целенасочено самоусъвършенстващи се и самообучаващи се организационни единици.

Трето: Организационната култура е една важна част от така наречените нематериални активи на съвременната организация. Тя придобива все по-голяма тежест и стратегическа стойност в епохата на знанието и технологиите. Поради своят относително абстрактен характер тя е сериозно предизвикателство за измерване, управление и най-вече контрол. Именно тази причина превръща като един от най-успешните модели Балансираните карти. Във всички техни образци от трите поколения неотменно присъстват индикатори, показатели, инициативи, коригиращи нормите на поведение и всичкото това организирано в перспективата на човешките ресурси. Този факт е основното доказателство за взаимоотношенията и реалната зависимост, както и за обективното влияние върху цялостния организационен успех.

Четвърто: Съдържанието на модерната организационна култура на съвременните организации е стратегически ориентирано. Ярък пример за това е целесъобразното съвпадение на организационните мисия, визия и стратегия в модела за диагностицирането на цялостното ѝ състояние преди въвеждане на БКО, като след това именно на тези опорни точки се базира изграждането на всяка стратегическа карта или общо казано този тип идейна приемственост намира израз и в адекватните модели.

След всичко написано може да се направи следният обобщаващ извод, че връзките и влиянието между организационната култура и

съвременните системи за управленски контрол е съпоставимо само с въвеждането в действие на един генериращ механизъм, адекватен на флуктоациите на социално-икономическото развитие, провокиращ формирането на уникални модели на организационно поведение и усъвършенстване в резултат на откриването на реален баланс между стремежа към интелектуален перфекционизъм, експониращ мозъчните итерации на управленската мисъл и критичните параметри на финансово-обременената действителност.

Може би най-деликатният момент от работата над един труд е моментът, в който авторът трябва да направи преценка за свършеното пред себе си и пред евентуалните си потребители, в случая читатели. Положителният отговор би бил очаквана реакция не само поради желанието да се внесе минимален принос към съществуващите теоретични разработки и практически подходи за управленски контрол, а може би поради опита критично да се представят неговите системи, като методика за приложение и алтернативите за тяхното усъвършенстване.

В този ред на мисли може да се прибави, че професията на контрольора не се учи само от теоретични разработки. Ефективната подготовка, практическия опит, интуицията и творческото начало в неговата дейност му вменияват все по-често основателно качествата на „архитект“ при разработването и внедряването на адекватните за организационните нужди системи за управленски контрол. Тук трябва да се добави, че съобразно преместването на фокуса в управленския контрол от операционно в посока към стратегическото ниво, ако контрольорът не е приел тази „роля“, то той се превръща в своеобразен консултант по развиваща се стратегия. Препоръчителният характер на консултантската дейност трансформира контрола в по-ниско конфликтен, но и в тази ситуация не го лишава от правомощията да оспорва становища и решения, да дискутира и да отстоява своите позиции. Констатираните разминавания в заключенията не са индикатор за конфликтност и липса на конструктивен диалог. В тези случаи организационните нужди и насоки на развитие тестват и практически доказват качествата и посоката за вярно решение.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Максималното динамизиране на икономическата среда, трудно предвидимото организационно поведение и свързаните с него стратегии са все условия, които променят взаимоотношенията между елементите, активно участващи в контролния процес. На тази база

настъпват необратими процеси на трансформация в няколко области, обременени със социалната тежест на контрола:

Първо. Стратегическият контрол обосновано се превръща в най-динамичната част от многообразните прояви на управленския контрол.

Второ. Успешните организации се преобразуват от ръководени и контролирани в самоконтролиращи и самообучаващи се, стратегически ориентирани структури.

Трето. Водеща роля при системите, реализиращи контрол на всички организационни нива, придобива Балансираната карта за оценка във всички формати, защото тя относително пълноценно реализира консолидирането на разнообразните други контролни модели и системи и ги пречупва през призмата на концепцията за управленски контрол.

Известна неудовлетвореност може би е нормално да съществува по повод на непостигнатото или недописаното в разглежданата област. Определен дисбаланс е трудно да бъде преодолян по отношение на засегнати теми, както и по отношение на обема на написаното по тях. При положение, че все повече водещи учени възприемат ефективния мениджмънт и контрол като изкуство, може да се твърди, че там, където започва изкуството, думите са в повечето случаи безсилни.

Все пак в края могат да се вмятат и добавят още много може би и съществени детайли. Изводът няма да придобие друг облик или съдържание и при още много, много допълнения към разглежданата тема. Той е, че управленският контрол е творчески процес, който игнорира незнание, некомпетентност и бюрократизъм. А неговите системи са рационален израз на организационна системна активност за търсене и натрупване на информация, за отчетност и обратна връзка, създадена да констатира, че организацията се адаптира към промените в средата ѝ, че работното поведение на кадрите се измерва по критерии, свързани с определени подцели, така че разликата между тях да може да бъде отстранена, минимизирана или коригирана.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Анализ на системите за управленски контрол“, изпълняван в периода 2015 – 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акофф Р., Искусство решения проблем, /пер.с англ./, М., 1982.
2. Акофф Р., Эмери Ф., О целеустремленных системах, (пер. с англ.), М., Сов.радио, 1974.
3. Атанасов, Ат. Контрол върху стопанската и бюджетната дейност, С., 1968.
4. Вилкас Э., Майминас Е., Решения: теория, информация, моделирование, М, Радио и связь, 1981.
5. Димитров Д., Конфликтология, С., Стопанство, 2004.
6. Динев М., Контрол в социалното управление , С., Тракия-М, 1999.
7. Динев М., Контрол и регулиране на икономическите системи, С., 1986.
8. Динев, М., К. Донев. Усъвършенстване на контрола в народното стопанство, Г. Бакалов, В., 1989.
9. Дмитриев А., Социальный конфликт: общее и особенное, М., Гардарики, 2002.
10. Доралийски А., Основи на стопанското управление, НБУ, С., 1996.
11. Заде Л., Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений, (пер. с англ.), М., Мир, 1976.
12. Зайцев А., Социальный конфликт, М., 2000.
13. Камерон К., Куинн Р., Диагностика и изменение организационной культуры, СПб.: Питер, 2001.
14. Коупленд, Коллер, Муррин , Стоимость компаний: оценка и управление, М., Олимп-Бизнес, 1999.
15. Маркс К., Капитал/пер.с нем./, М., 1955.
16. Матеев Евг., Структура и управление на икономическата система, С., 1987.
17. Морита А., Сделано в Японии, М., РТК, 2000.
18. Питерс Т., Уотермен Р., В поисках эффективного управления, СПб: Питер, 2004.
19. Портер. М., Конкуренция, М., Изд.дом Вильямс, 2000.
20. Пригожин А.И., Методы развития организаций / доклад, М., МЦФЭР, 2003.
21. Райфа, Кини, Принятие решений при многих критериях: предпочтения и замещения, М., Радио и связь, 1981.
22. Робинс Р., Ленин интересувал мене невероятно, М., в-к Правда, 175/ 1989.
23. Симеонов О., Теоретични въпроси на контрола, Академ Консулт, С, 1997.
24. Симеонов, О. Теорията на контрола и делото на проф. д.и.н. М. Динев, Годишник – УНСС, С., 2005.

25. Спивак В., Корпоративная культура, Питер, 2001.
26. Стоянов Евг., Корпоративната култура - фактор за устойчиво развитие, сп. "Управление и устойчиво развитие", С., 2005, бр. 3/4.
27. Стоянов Евг., Методически аспекти на Балансираните карти за оценка като инструмент за стратегически контрол (дисертация), С., УНСС, 2008.
28. Томсон А., Стрикленд А., Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий, М., Юнити, 1998.
29. Харизанова М., М. Кузманова, М. Александрова-Бошнакова, Н. Миронова-Ангелова, Управление- теория и практика, Рекламна агенция Неда, С., 2002.
30. Шо Р.Б., Ключи к доверию в организации: результативность, порядочность, проявление заботы, М., Дело, 2000.
31. Ярных В., Кризис в организации, М., 2006, Бизнес-Букс №7.
32. Яхонтова Е., Эффективные технологии управления персоналом, СПб, Питер, 2003.
33. Arnold J., Hope T., Accounting for Management Decisions, 2 ed., Prentice-Hall, 1990.
34. Atkinson A., Epstein M., Measure for measure: Realizing the power of the BSC, CMA/ М, 2000|9.
35. Bollinger D., The Four Cornerstone and Three Pillars in the House of Russia management system, 1994.
36. Daft R. L., Vanderbilt University, Management, 6th edition, Thomson, US, 2005.
37. Doorewaard H., W. de Nijs, Organisatieonwikkeling en Human Resource Management, Utrechts, Lemma, BV, 1999.
38. Drucker P., Management Tasks, Responsibilities, Practices, NY, Harper and Row 1974.
39. Durkheim E., Education et sociologie, Paris., 1966/4.
40. Elenkov D.S., Can American Management Concepts Work /study/, CMR №40, IV.
41. Etzioni A., Soziologie der Organisationen, M/D., 1967.
42. Fayol A., General and Industrial Management, L., 1916.
43. Griffin R.W., Management, HMCо, Boston, 1990.
44. Handy C., Understanding Voluntary Organizations, UK, Penguin Books, 1988, p. 45-54.
45. Hofstede G., All think differently: Handling cultural differences, A/N: Contact, 1991.
46. Hofstede G., Culture,s Consequences, Newbury park, CA.: Sage, 1993.
47. Horvat & Partners, Balanced scorecard umsetzen, SPV, 2005, Stutgart.
48. Huntington, S. Political Order in Changing Societies, 1968, New Haven: Yale Univ./ Press.
49. Jensen M., Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function, Journal of ACF, 2001.

50. Kaplan, Norton D., The balanced scorecard: translating strategy into action, 1996.
51. Lachnit L., Controllingkonzeption für Unternehmen mit Projektleistungstätigkeit, M|D, 1994.
52. McIntosh, N., The social Software of Accounting and Control Systems, N.Y., Wiley & Sons, 1985, p.37-44.
53. Merton R., Social Theory and Social Structure, G., 1957/9.
54. Morgenthau H., Politics Among Nations, N.Y., 1960.
55. Nakata C., K. Sivakumar, National Culture and New Product Development: An Integrative Review, Journal of Marketing, Jan. 1996.
56. Naumov A.I., Hofstede,s Measurement of Russia: The influence of national cultures on business management, 1996, Management - III,/phd, p. 70-107.
57. Norreklit H., The balance on the BSC – critical analysis of some of its assumptions, Management Accounting Research 2000| 11.
58. Rampersad H., Total Performance Scorecard, Amsterdam, BH, 2005.
59. Ross E., Sozial control. A Survey of the Foundations Order, 1969, p. 33-41.
60. Schein E., Organizational Culture and Leadership, SF, Jossey-Bass, 1992.
61. Steinmann H., H. Schreogg, Management - Konzepte, Funktionen, Praxisfälle, Gabler, 1999.
62. Stern, Shiely, Ross, The Eva challenge: implementing value added in an organization, HBR Press, 2001.
63. Stoner and Freeman, Management, 4th ed. Englewood Cliffs, N.J.; Prentice-Hall, 1989.
64. Taylor F., The Principles of Scientific Management, N.Y., 1911.
65. Worthy, J. C., Organizational Structure and Employee Morale, ASReview, 1950, p. 173-175.

Вяра Славянска
Вихра Димитрова

**СОЦИАЛНОТО ФЕРМЕРСТВО КАТО
ИНСТРУМЕНТ ЗА ТРУДОВА
ИНТЕГРАЦИЯ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Вяра Славянска е професор по социално управление в катедра „Управление“ на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите. Има 18-годишен стаж като университетски преподавател по дисциплините „Управление на човешките ресурси“, „Управление на проекти“, „Управление на екипи“, „Организационно поведение“, „Основи на управлението“ и др.

Научноизследователските ѝ интереси са насочени към изграждане на ефективни системи за управление на човешките ресурси, лидерство и мотивиране на персонала, организационно развитие и управление на проектни екипи. Автор е на около 100 публикации в областта на управлението на човешките ресурси и проектния мениджмънт, в това число монографии, учебници, учебни помагала, студии и статии в национални и международни издания. Участвала е в множество конференции у нас и в чужбина. Член е на Българската асоциация по управление на проекти. Специализирала е „Leadership development“ в Института към Индийското министерство на труда (Делхи, Индия). Била е гост-лектор в Университета на Сегед (Унгария), Университета на Барселона (Испания) и Университета на Кордоба (Испания).



Доц. д-р Вихра Димитрова е завършила Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“, специалност „Право“ и специалност „Приложна психология“, и Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“, специалност „Финанси“. Защитава дисертация в катедра ППНПМ към ПИФ на ЮЗУ „Неофит Рилски“ през 2011 година на тема: „Стратегическо управление на висшето образование в условията на глобализация“. Специализирала е Право на ЕС в университета „Тор Вергата“ – Рим, Италия, и Управление на проекти към AICCRE – Венеция, Италия.

Преподава по дисциплините: „Основи на ЕС“, „Институции и функции на ЕС“, „Психология на управлението“ и др. Има над 50 научни публикации, издадени наръчници и учебни пособия, участия в научноизследователски, европейски и международни проекти.

Научните интереси на доц. д-р Димитрова са в областта на Психологията на управлението, Лидерството, Управлението на стреса, Публичната администрация, Стратегическо управление, Висшето образование и Биологичното земеделие.

SOCIAL FARMING AS INSTRUMENT FOR LABOR INTEGRATION

Vyara Slavyanska
Vihra Dimitrova

Abstract

Employment is considered in close connection with reduction of poverty and increase of quality of life of every society. For this reason it is one of the most important directions of the labor and social policy of the European Union, in the name of which many directives, policies, plans and specific programs exist. In this context, the present study underlines the necessity of searching alternative opportunities for providing employment, such as the social farming could be, perceived as a form of social entrepreneurship and social innovation in the rural areas.

Keywords: labor integration, rural area, social entrepreneurship, social farming, social innovation.

СОЦИАЛНОТО ФЕРМЕРСТВО КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ТРУДОВА ИНТЕГРАЦИЯ

Вяра Славянска
Вихра Димитрова

Резюме

Заетостта се разглежда в тясна връзка с намаляване на бедността и повишаване на качеството на живот на всяко общество. Поради тази причина това е едно от най-важните направления на труда и социалната политика на Европейския съюз, за които съществуват много директиви, политики, планове и конкретни програми. В този контекст настоящата студия подчертава необходимостта от търсене на алтернативни възможности за осигуряване на заетост, като например социалното земеделие, което се възприема като форма на социалното предприемачество и социални иновации в селските райони.

Ключови думи: трудова интеграция, селски район, социално предприемачество, социално земеделие, социални иновации.

ВЪВЕДЕНИЕ

Трудовата интеграция е важен социален и икономически проблем на всяко общество, поради което – основен общоевропейски и национален стратегически приоритет. Трудовата заетост и социалното приобщаване се разглеждат в пряка връзка с намаляване на бедността и повишаване качеството на живот. По тази причина те са едно от най-важните направления на трудовата и социалната политика на Европейския съюз, в името на което съществуват множество директиви, политики, планове и конкретни програми. В този контекст се очертава необходимостта от търсене на алтернативни възможности за осигуряване на трудова заетост, каквато например би могло да бъде социалното фермерство, като форма на социално предприемачество и социална иновация в селските райони.

ЗНАЧЕНИЕ НА ТРУДОВАТА ИНТЕГРАЦИЯ

Трудът се признава за едно от основните човешки права. Чрез свободно избрана заетост хората трябва да могат да живеят добре, да се развиват и израстват в професионалната си кариера, да работят в справедливи и благоприятни условия на труд. По тази причина трудовата заетост е дефинирана като приоритет във всички европейски и национални стратегически документи.

Роля и функции на трудовата заетост

Трудовата заетост има изключително важно значение както за самите заети, така и за обществото като цяло.

Тя дава възможност на хората да:

- задоволяват първичните си потребности от материална сигурност – да си осигуряват доходи, чрез които да подобряват икономическото си благосъстояние и качество на живот;
- структурират ежедневието си и активно да организират живота си според личните си представи и амбиции;
- задоволяват важни социални потребности и да се „включат“ в социума – да установят контакти с други хора и да постигнат социален статус;
- повишават конкурентоспособността си на трудовия пазар – да предпазят знанията и уменията си от атрофиране и да ги усъвършенстват;
- постигнат професионална реализация – да получат признание на личните си способности и компетенции.

Липсата на трудова заетост има негативно отражение върху обществото, тъй като води до изолация, до неизползване на много човешки капитал и до ограничаване на индивидуалните възможности на хората, което по принцип има висока социална и икономическа цена. Извън сферата на заетостта или с ограничен достъп до нея остават значителни групи от населението, а заетостта е сред най-важните предпоставки за социална сигурност и интеграция. От една страна, никое общество не може да си позволи големи групи от трудоспособното население да остават изключени от пазара на труда, особено в условията на силно ограничено предлагане на труд. От друга страна, това изключване има мултиплициращ ефект за част от представителите на уязвимите групи. На практика те остават дълго на пазара на труда (дългосрочно безработни) и много от тях го напускат „обезкуражени“, вливайки се в голямата група на икономически неактивното население на страната, което остава извън сферата на труда, без регулярни и с ниски доходи, без социално осигуряване. Това ражда процеси на социална дезинтеграция, бедност, несигурност и много често престъпност. Увеличават се социалните плащания за сметка на бюджета, растат осигурителните вноски и данъци за работещите и за работодателите, бедността и неграмотността се възпроизвеждат с поколения.

Например безработицата и ниското заплащане подтикват младите хора да избират пътя на емиграцията, което има много силни последици върху демографското развитие на страната (брачност, раждаемост), както и върху трудовия пазар. Променя се нагласата им за професионална реализация и избора на сфера, където да приложат своя труд. Променят се ценностната им ориентация, моралът, намалява мотивацията им и вярата, че трудът може да бъде източник на успех, личностна реализация и по-висок стандарт на живот. Това ги преориентира към по-доходни дейности от т.нар. „нелегална“ или неформална икономика. Последиците са увеличена престъпност, проституция, наркомания и др. Тези процеси пораждат социална несигурност за цялото общество, отразяват се негативно върху възпроизводството на населението и работната сила.

Силно ограниченият достъп на ромите до легална работа, до трайна заетост и социална сигурност им създава ниска мотивация за труд. Оформя се нагласата им да разчитат на държавата за социално подпомагане (помощи, детски надбавки и евентуално мизерни пенсии на по-възрастните, с които се издържат цели семейства и родове). Декларираната им безработица има за цел главно получаване на

социални помощи, а не включване в заетост, т.е. не е реална икономическа активност. Принципно отказват да се включват в програмите за субсидирана заетост, тъй като заплащането е около равнището на социалните плащания, които получават и без да работят, временно е и няма шанс да останат на работа или да намерят друга след приключване на заетостта. А много са извън официалната регистрация на безработните, т.е. без официален статут в обществото. Нищожко ниската им мотивация за труд, високите очаквания към държавата и криминалните деяния (кражби, проституция, неплащане за ползвани услуги, като електроснабдяване, отопление, транспорт и съобщения и др.) още повече засилват обществените негативни нагласи.

Трудовата интеграция като стратегически приоритет

Постигането на висока трудова заетост е едно от най-важните направления на трудовата и социалната политика на Европейския съюз, в името на което съществуват множество директиви, политики, планове и конкретни програми.

- **Цели на ЕС (до 2020):** трудова заетост (работа за 75% от хората на възраст между 20 и 64 години); климатични промени и енергия; образование (намаление на процента на преждевременно напусналите училище до под 10% и поне 40% от 30 – 34-годишните да са със завършено висше образование); бедност и социално изключване (поне 20 милиона по-малко бедни или застрашени от бедност и социално изключване хора).

- **Цели на ЕСФ (2014 – 2020):** осигуряване на работни места за хората; социално приобщаване; по-добро образование; по-силна публична администрация.

- **Цели на ОП „Развитие на човешките ресурси“ (2014 – 2020):** трудова заетост; борба с бедността и социалното изключване.

Посочените цели се реализират чрез: по-висока и по-качествена заетост; намаление на бедността и насърчаване на социалното включване; модернизирани на публичните политики.

Предвид сериозната социална и икономическа цена на безработицата, както и силната ѝ връзка с трудовата дискриминация, изграждането на ефективно антидискриминационно законодателство заема специално място в политиката на Европейския съюз. Българското антидискриминационно законодателство е силно повлияно и синхронизирано с европейското, като се стреми към политика на толерантност и недискриминация:

• **Закон за насърчаване на заетостта** – не допуска пряка или непряка дискриминация, включително при обявяване на работните места работодателите нямат право да определят условия по признаците пол, възраст, народност, етническа принадлежност и здравословно състояние.

• **Закон за защита срещу дискриминация** – задължава работодателя да предотвратява всички форми на пряка и непряка дискриминация на работното място, да отстранява предпоставките за това и да създава психологически климат на нетърпимост към подобни прояви, включително да предотвратява и защитава служителите си от дискриминационни актове, извършени от техни колеги¹.

• **Кодекс на труда** – задължава работодателя да пази достойнството на служителите и му забранява да извършва и да допуска извършването на актове на дискриминация спрямо служителите в своето предприятие.

СОЦИАЛНОТО ФЕРМЕРСТВО В КОНТЕКСТА НА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ

Социалното фермерство е сравнително нов феномен, за който все още липсва както достатъчно изчерпателна дефиниция, така и законодателна регулация. Все пак е ясно, че то:

• е една от функциите на многофункционалното селско стопанство;

• включва дейности, свързани с ферми, животни, растения, градини, гори, паркове и т.н.;

• има мултидисциплинарна природа;

• представлява иновативен начин за обвързване на земеделски практики и социални дейности/услуги²;

• включва културни, образователни, обучаващи и др. дейности, насочени към хора в трудна ситуация;

• има предприемачески характер и преследва печалба (фермата не е нестопанска организация), независимо от генерирането на позитивни ефекти върху общественото благополучие³.

¹ Закон за защита от дискриминация, ДВ, бр. 68, 2006.

² Pruteanu, E., L. Furdul, V Șerbu. 2012. Cooperation – the future of peasant farms in Romania, *Quality – Access to Success*, 13 (3): 801-808.

³ Foti, V., V. Giudice, M. Rizzo. 2014. Relationship system analysis in social farming: The role of "Sicilian Social Farm Network", *Quality – Access to Success*, 15 (1): 62-68.

Социалното фермерство като социално предприемачество и социална иновация

Социалното фермерство може да бъде разглеждано в контекста на концепциите за социално предприемачество и социални иновации.

Същност на социалното предприемачество. В най-общ смисъл, социалното предприемачество представлява специфичен тип икономическа активност (стопанска дейност), която балансира социални и икономически цели. Аналогично, социалното предприятие е такъв тип предприятие, което извършва стопанска дейност в името на социална кауза, т.е. някаква социално значима цел. Всяко социално предприятие:

- има за главна цел извършване на общественополезна дейност – постигане на социален ефект и оказване на благотворно влияние чрез решаване на конкретен социален проблем (напр. подобряване качеството на живот на уязвими групи);

- във връзка с горепосоченото, има за цел също така генериране на приходи от стопанска дейност, но не за да реализира печалба за своите собственици, а за да се самоиздържа, като избегне зависимост от проектно финансиране, доброволчество и дарителство – т.е. социалните цели или общественият интерес са причината за търговската му дейност;

- извършва дейност често под формата на социална иновация;

- се управлява по прозрачен начин, по-специално чрез включване в управлението на работници, клиенти и заинтересовани страни, засегнати от стопанската му дейност.

Социалното предприятие винаги функционира в полза на служителите си, като им осигурява заетост, или в полза на други уязвими групи или социални каузи. В този смисъл социалната стопанска дейност може да се раздели на две основни форми:

- Предоставяне на социални услуги на уязвими потребители, като достъп до жилище или до грижи, здравеопазване, помощ за възрастни хора или лица с увреждания, грижи за деца, достъп до заетост и обучение, приобщаване на рискови групи, справяне със зависимост и т.н.;

- Производство на стоки или услуги по начин, който съдейства за трудовата интеграция на хора в неравностойно положение, изолирани и маргинализирани най-вече поради недостатъчна квалификация или социални или професионални проблеми, т.е. осигуряване на заетост.

Социални предприятия съществуват във всички сфери на стопанската дейност – производство на всякакви стоки и предоставяне на различни услуги.

Същност на социалните иновации в селските райони. На европейско ниво липсва ясна дефиниция на понятието „иновации в селските райони“. От една страна, това предоставя повече възможности, но от друга страна, крие риск от разнообразна интерпретация, а освен това създава трудности по отношение стимулирането на иновациите (поради липсата на разработени насоки или финансови стимули). Различните държави членки дават различни (макар и сходни) дефиниции, като например: „Разработване или внедряване на нова политика, модел на работа, продукт или технология“ (Финландия); „Продукти или услуги, които са нови за конкретната област. Нови методи за производство на продукти или доставка на услуги, които дават възможност човешкият, физическият и/или финансовият потенциал на региона да бъдат интегрирани и по-добре използвани. Комбинации и връзки между икономически сектори, които са традиционно разделени. Оригинални начини за организиране и участие на местните общности в процеса на вземане на решения и изпълнението на един проект“ (Холандия); „Нови подходи, методи, продукти, проекти, пазари и др.“ (Словения); „Проекти, чийто начин на изпълнение включва иновативни подходи“ (Ирландия); „Прилагане на иновативни концепции“ (Германия).

Най-общо, иновациите в селските райони се свързват с:

- „Въвеждане на новост в икономическия или социалния живот в селските райони, която добавя нова икономическа или социална стойност към живота в тези райони“;

- „Успешно създаване и/или експлоатация на новост (икономическа, социална, организационна или технологична) в областта на производството и реализацията на селскостопанска продукция, технологиите за опазване на околната среда и услугите в селските райони, с цел развитие и по-добро използване на потенциала в селските райони“;

- „Извършване на радикална промяна, но най-често – множество малки подобрения“.

- Иновациите в селските райони имат няколко основни разновидности:

- иновации от селските райони, с приложение на друго място (напр. продуктите на биологичното земеделие);

- иновации, насочени към селските райони, но възникнали другаде;

- иновации от универсално естество със силно отражение върху живота в селските райони (напр. интернет).

Основни сфери на иновации в селските райони са: възобновяеми енергийни източници; селски туризъм, икономическа интеграция и местни партньорства; предприемачество; развитие, преработка на храни и хранителни вериги за доставка. Като особено иновативни се разглеждат преди всичко проектите, свързани с използването на възобновяеми енергийни източници, и тези, свързани с иновации в услугите (напр. улеснения за инвалиди, широколентов интернет за по-отдалечените населени места и др.). За приоритетни се считат проекти, фокусирани върху младежите и жените, структурата на застаряващото население и емиграцията на младите от селските райони. Значително внимание се обръща и на връзката между качеството на околната среда и туризма, както и върху добавянето на стойност към основните продукти.

Всяка социална иновация представлява априори ново решение (продукт, услуга, модел, пазар, процес), което посреща конкретни социални нужди и проблеми по-ефективно от досегашните. Тя винаги е свързана с реализиране на идея, която носи стойност, защото води до социална промяна и има пряко влияние върху качеството на живот на хората и общностите. В този смисъл социалните иновации са инструмент за дългосрочна промяна – повишават капацитета на обществото да функционира по-добре в дългосрочен план. Те могат да бъдат приложени във всяка една сфера – от развитие на отдалечени селски райони до подобряване на градската среда, от политики за възрастните хора до подпомагане на ранно детско развитие, от земеделие до архитектура.

Социалното предприемачество и социалните иновации в селските райони като европейски и национален приоритет

Социалното предприемачество и социалните иновации (вкл. в селските райони) са обект на значително финансово подпомагане, което лесно аргументира идентифицирането им като европейски и национален приоритет.

Социалното предприемачество като стратегически приоритет. На практика през последните десет години няма стратегически европейски документ в социалната (и не само) сфера, който да не приоритезира социалните предприятия като инструмент за

социална политика. Социалното предприемачество и социалните предприятия са идентифицирани като ключов инструмент за иновации и преодоляване проблемите на бедността и социалната изолация. В този контекст, една от основните цели на стратегията за растеж на Европейския съюз през следващото десетилетие – „Европа 2020“, е развитието на социалното предприемачество и утвърждаването му като бизнес модел, който генерира социална стойност, допринася за постигането на интелигентен и устойчив растеж и същевременно спомага за намаляване на бедността и социалното изключване. По тази причина през новия програмен период за цяла Европа са отпуснати повече средства за финансиране на проекти на социални предприятия.

През настоящия програмен период (2014 – 2020 г.) социалното предприемачество в България се финансира по оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, приоритетна ос 2 „Намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване“, конкретно в процедура „Развитие на социалното предприемачество“. Целта на процедурата е да се улесни достъпът до заетост и да се осигури подкрепа за социалното включване на уязвими групи чрез създаване на подходящи условия за тяхната професионална интеграция. Програмата финансира дейности, насочени към осигуряване на подкрепа за създаване на нови и разширяване дейността на вече съществуващи социални предприятия, специализирани предприятия и кооперации на хора с увреждания във връзка с осигуряване на заетост.

Социалното предприемачество е засегнато и в рамковите програми на ЕС – програмата за научни изследвания и иновации „Хоризонт 2020“ и програмата за образование „Еразъм+“, където са приоритизирани два основни аспекта на социалното предприемачество – младежката заетост и обучението през целия живот. Финансират се дейности, свързани както с анализи и разработване на стратегии за справяне със съответния социален проблем, така и с повишаване на професионалната квалификация на младежи и други възрастови групи или на такива в неравностойно положение.

Социалните иновации в селските райони като стратегически приоритет. Социалните иновации в селските райони могат да бъдат ясно идентифицирани сред приоритетите на ЕС и съответно разглеждани в рамките на финансирането по Програмата за развитие на селските райони.

• *Приоритет № 6 на ЕС за развитие на селските райони (2014-2020)*: Насърчаване на социалното приобщаване, намаляването на бедността и икономическото развитие в селските райони.

• *Програма за развитие на селските райони (2014 – 2020) – основни цели*:

– намаляване на бедността и социалното изключване;

– ограничаване на процесите на обезлюдяване – чрез запазване на земеделската заетост и създаване на заетост извън земеделието, както и чрез подобряване на достъпа на основни услуги и инфраструктура, в това число достъпа до интернет.

Аналогично, социалните иновации в селските райони имат връзка с дефинираните стратегически приоритети за финансиране:

Стратегически приоритет 1: Образование, квалификация и заетост за приобщаващ растеж. Подприоритети: заетост и трудова мобилност; социално включване; образование, обучение и учене през целия живот.

Стратегически приоритет 2: Научни изследвания, иновации и инвестиции за интелигентен растеж. Подприоритети: повишаване конкурентоспособността и ресурсната ефективност на МСП; НИРД и иновации; достъп до и използване на ИКТ.

Стратегически приоритет 3: Свързаност и зелена икономика за устойчив растеж. Под-приоритети: преминаване към ниско-въглеродна икономика, енергийна и ресурсна ефективност; климат и климатични промени, превенция и управление на риска; околна среда и опазване на природното богатство – управление на водите, биологично разнообразие и НАТУРА 2000.

СОЦИАЛНОТО ФЕРМЕРСТВО КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ТРУДОВА ИНТЕГРАЦИЯ

Първият пример за социално фермерство са т.нар. „ферми за социални грижи“, създадени в Холандия през 90-те години, а понастоящем съществуват множество подобни инициативи, отличаващи се с изключително разнообразие по отношение на включените дейности, целеви групи и начин на финансиране⁴. Разбира се, социалното фермерство е развито в различна степен в различните европейски държави. Например в някои от тях, като Италия, са налице добри практики и традиции в тази посока – здравният и лечебен сектор

⁴ Lanfranchi M., C. Giannetto, A. De Pascale. 2014. The role of nature-based tourism in generating multiplying effects for socio economic development of rural areas, *Quality – Access to Success*, 15 (140): 96-100.

идентифицира и използва социалното земеделие като средство за терапия, икономическият сектор – като инструмент за осигуряване на заетост, селскостопанските производители – като източник на доходи и възможност за развитие на нови области. Всичко това се оказва възможно благодарение на съществуващата силна нормативна и финансова подкрепа от страна на държавата (независимо че като сравнително нов феномен все още не се счита за изчерпателно регламентиран в законодателен аспект).

Социалното фермерство като алтернатива на трудова заетост

Всички изследвания сочат, че у нас съществуват определени уязвими групи с много малки шансове за трудова заетост⁵. Причините за това са множество, но в много от случаите са свързани с наличието на прегради и стереотипи (предразсъдъци) за хората с различен пол, възраст, етническа принадлежност, раса, здравен статус и др., изграждани с векове.

• *Млади хора.* Безработицата сред тях е най-висока, в сравнение с другите възрастови групи. Те най-често нямат сигурна заетост (работят по устни или граждански договори) и заемат работни места, които са нископлатени и несъответстващи на високото им образование. Една от причините за безработицата сред младите хора е оставането по-дълго време в сферата на труда на хората във високите възрастови групи (след 60 – 65 г.). Но много по-съществена причина е свързана с наличието на определени *стереотипи*: липса на трудов опит, практически умения и навици; необходимост от повече инвестиции в тяхното развитие; висок риск за инвестициите в тяхното обучение; нестабилност в заетостта; претенции към заплащането и кариерата, неотговарящи на вижданията на работодателя; вероятност да създадат семейство и да отглеждат деца.

• *Възрастни хора.* Стартиралата през 90-те години реформа в социалното осигуряване, свързана с удължаване възрастта и трудовия осигурителен стаж (като условие за придобиване правото на пенсия), както и силно свитото търсене на труд, увеличиха значително безработицата на населението над 40- и особено над 50-годишна възраст. Пенсионната реформа бе продиктувана от тенденциите за бързото стареене на населението и по-късното включване на младото поколение в сферата на труда, поради увеличаване престой в образователната система. Въпреки че тя се основава на хипотезите за

⁵ Владимирова, К. 2009. Стратегическо управление на човешките ресурси, НБУ, с. 380.

по-дълъг и здравословен живот, за запазена производителност и възможен достъп до заетост на преобладаващата част от по-възрастните, наред с положителните си качества, тя доведе до несигурна заетост и безработица на по-възрастните. Връщането към заетост и запазването на достигнатото равнище (статус, кариера, социална сигурност, доходи, обществено положение) за тях е изключително трудно. Оказва се, че работодателите не желаят нито да наемат, нито да инвестират в заетите над 40- и особено над 55-годишна възраст. Малката част, които успяват да си намерят работа, най-често е по срочни (временни) договори и с по-ниски доходи, в следствие и по-ниски пенсии. Сред най-често срещаните *стереотипи* и мотиви на работодателите против тяхното наемане са: висока цена на труда (свързана преди всичко с допълнителните плащания за продължителен стаж и високите осигурителни вноски); образование и квалификация, неотговарящи на изискванията на технологичното равнище на производството; трудови навици, несъответстващи на съвременния ритъм на работа; здравословно състояние, предполагащо по-чести отсъствия от работа или по-ниска производителност; по-трудна адаптация към промените; нежелание за обучение.

• *Жени*. Равнището на заетост на жените, участието им във вземането на управленски решения, реализирането на професионална кариера са по-ниско в сравнение с мъжете (при това без различия в образованието и професионалната подготовка между половете). Оказва се, че отношението към жените е различно както при наемане на работа, така и при заемането на по-високи позиции в служебната йерархия и заплащането на труда. Основните *стереотипи* за жените са свързани с това, че те са заети с твърде много неща – пазаруване, домакински труд, домашно производство, грижи за децата, възрастните и болните в домакинството (факт!). Тъй като нямат много свободно време да се развиват и обучават в извънработно време, това ги прави безперспективни за много работодатели. Много от проявленията на дискриминация са свързани с майчинството на жените – така този най-важен период и семейна отговорност се превръща в най-критичната фаза от трудовата биография.

• *Хора с увреждания*. Те са може би най-слабо използваният трудов потенциал. Уврежданията ги правят неконкурентни кандидати, т.е. дори не им се дава шанс да покажат какво могат в действителност. Основните *стереотипи* и аргументи, които работодателите умишлено или несъзнателно представят и защитават, са свързани с това, че: инвалидите имат здравословни проблеми и ограничения при

изпълнение на ежедневните си трудови задължения, което ги прави непълноценни работници; съществува необходимост от адаптиране на работните места към различните видове увреждания, т.е. разходи; липса на образование и професионална подготовка (за някои групи инвалиди придобиването им е силно затруднено по обективни и субективни причини).

• *Роми.* Характерни за тях са: масова и продължителна безработица; временна заетост, в т.ч. заетост за няколко месеца в субсидираните от правителството или чуждестранни институции програми; работа в нерегламентирани дейности и сектори; концентрация в рисков сектори; ниско образование и растяща неграмотност сред младото население поради непосещаване или отпадане от образователната система; географско натрупване в селища и квартали „гета“. Основните *предразсъдъци* на работодателите са свързани с: липса на образование и квалификация; асоциации с трайна безработица, злоупотреби, незаконност, престъпност и други криминални деяния.

• *Имигранти, граждани на трети държави.* Множество изследвания сочат, че имигрантите имат изключително ниска конкурентоспособност на общеевропейския трудов пазар. По-често те заемат работни места, които са временни, с по-неблагоприятни условия на труд и/или които са под нивото на тяхната квалификация. Това очертава измеренията на т.нар. „двойствен“ пазар на труда, чийто непривлекателен сегмент се заема от имигрантите – там се намират помасовите, непрестижни, неквалифицирани, нискостоящи в йерархията длъжности, предлагащи ниско заплащане и ограничени възможности за професионално развитие. Основната част от работещите имигранти у нас са самонаети лица, развиващи дребен семеен бизнес предимно в сферите на ресторантьорството и търговията, като се наблюдава тенденция към изграждане на локални вериги от т.нар. „етнически“ предприятия (с хомогенен географски и етнокултурен произход). Други работят предимно в семейни фирми или фирми, притежавани и/или управлявани от представители на тяхната имигрантска общност. Мнозинството от имигрантите нямат трудова заетост, като една малка част от тях реализират нелегални доходи чрез електронна търговия (по интернет). Всъщност много често имигрантите полагат недеklarиран труд (което нерядко се насърчава и от самите работодатели с цел избягване на данъчно-осигурителните тежести). Същевременно нелегалните имигранти (с изтекла виза или разрешително за работа) могат да бъдат открити там, където трудът е най-тежък, опасен и

евтин. Нелегалната заетост има и особено негативни обществени ефекти, тъй като с нея се свързва поддържането на паралелен „черен“ сегмент на трудовия пазар, който деформира принципите на лоялната пазарна конкуренция. Множество причини затрудняват трудовата интеграция на имигрантите у нас: напр. езикова бариера, липса на подходящо образование и квалификация, липса на информираност относно реда и процедурите за търсене на заетост и т.н.; невъзможност работодателят да използва традиционни източници на информация (специфика на образованието, качество на работа при предишен работодател, препоръки и т.н.) в процеса на подбор на персонал; сложност на процедурата по признаване на документи, издадени от образователна институция в чужбина; твърде тежки, административно усложнени, бавни и скъпи процедури по наемане на имигранти със статут на продължително пребиваващи. Една от най-често срещаните причини за ниската трудова заетост на имигрантите са стереотипите. Проучванията сочат, че в общоевропейски план доминират следните *стереотипи и предразсъдъци*: не зачитат закона и причиняват ръст на престъпността; носят болести в страната (особено незаконните, които често са в недобро здраве и разпространяват инфекциозни и заразни болести); създават конкуренция на пазара на труда, отнемат част от работните места и увеличават безработицата сред местните жители; стимулират понижаване на заплатите; ползват социални услуги и помощи и извличат ползи от икономиката, без да влагат в нея, с което натоварват социално-осигурителните системи на приемащата страна и пряко засягат интересите на местното население; държат се така, сякаш страната им принадлежи – не демонстрират необходимото уважение към местните и рушат устоите на познатия им начин на живот; изграждат паралелни общества – живеят в затворено общество, не общуват с местните, нямат желание да се интегрират и остават чужди на приемащото общество; децата им понижават стандартите в местните училища – имат слаб успех, защото родителите им са необразовани и не притежават необходимите възпитателни умения, не говорят езика на приемната държава, записват ги на училище по средата на учебната година и не знаят към коя култура всъщност принадлежат; жените от имигрантски произход живеят като малцинство – имигрантите от неевропейски произход (основно мюсюлмани и араби) често се считат за „назадничави“ в общ цивилизационен план⁶. В основната си част тези предразсъдъци се

⁶ Имигрантите и техните наследници – Ръководство за политики, насочени към благосъстоянието на всички в плуралистичните общества, Издателство на Съвета на Европа, 2010.

споделят и от българското общество. Оказва се, че общо взето българите не желаят да наемат хора с други религии и особено с друга култура и цвят на кожата.

При съчетаване на посочените стереотипи (признаци за дискриминация), включването на въпросните уязвими групи в заетост става почти изключено. Например особено трудно се интегрират лицата, които са с ниско образование и без професионална квалификация.

В светлината на устойчивата тенденция за изолиране на посочените групи от активна трудова заетост, социалното фермерство може да се разглежда като една от възможностите за нейното преодоляване. Активното участие в ежедневието на една ферма дава възможност на хора в неравностойно положение, от различни обществени слоеве, да подобрят своето умствено и физическо здраве, да получат достъп до платена заетост, да се интегрират пълноценно и съответно да подобрят качеството си на живот – хора с физически, интелектуални или психологически увреждания, поведенчески проблеми или затруднения в обучението, трайно безработни, имигранти, наркомани, социално слаби, правонарушители, хора в напреднала възраст и т.н.⁷. В този смисъл, със своята лечебно-терапевтична, рехабилитационна, образователна и интеграционна насоченост, социалното земеделие може да има изключително сериозен принос за развитието на всяко общество⁸.

Състояние, проблеми и перспективи на социалното фермерство в България

Състоянието, проблемите и перспективите на социалното фермерство е възможно да се разглеждат както самостоятелно, така и във връзка с проблемите и перспективите на социалното предприемачество и социалните иновации в селските райони.

Проблеми и перспективи на социалното предприемачество. В Европа социалните предприятия са познати от години, но набират скорост едва след 2000 г., когато част от държавите членки на ЕС започват да въвеждат правна дефиниция и характеристики за „социално предприятие“. Понастоящем в множество европейски държави (като Италия, Белгия, Франция и др.) социалното

⁷ Bryant, L., B. Garnham. 2014. Economies, ethics and emotions: Farmer distress within the moral economy of agribusiness, *Journal of Rural Studies*, 34: 304-312.

⁸ Gozener, B., M. Sayili. 2011. Use of animal wastes in beef cattle farming and environmental considerations, *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 17 (6): 816-828.

предприемачество вече се е наложило като доказано ефективен инструмент за третиране на общественозначими социални проблеми чрез бизнес дейности и организации, представлява съществен сегмент от бизнеса и обществените нагласи към него са все по-позитивни и подкрепящи.

Законодателството, което урежда статута и регулира дейността на социалните предприятия в България, е слаборазвито. В него липсва универсална дефиниция за социално предприятие, както и норми, уреждащи неговия статут, форма и дейност (единственият законодателно регулиран тип предприятия са специализираните предприятия и кооперациите на хора с увреждания). Въпреки липсата на законова уредба, практиката в България показва, че съществуват организации, които развиват социално предприемачество и се самоопределят като социални предприятия. Няколко са моделите на социални предприятия, които преимуществено се развиват от нестопански организации: като работодатели на хора от рискови социални групи, като осъществяващи услуги (вкл. обучителни и образователни) в полза на такива целеви групи и като извършващи социални дейности в най-широк смисъл.

Налице са редица положителни предпоставки, които благоприятстват развитието на социалното предприемачество у нас:

- Концепцията (разбирането) за социално предприятие е широка, което позволява гъвкавост и възможност то да извършва дейността си под различни форми. Поради липсата на сериозни ограничения, както и специален регистрационен и лицензионен режим, всеки икономически субект може да се самоопредели като такова предприятие. Тази свобода подкрепя развитието на бизнес инициативите и дава възможност за повече саморегулация на сектора.

- Корпоративният данък е в размер на 10%, което е едно сериозно облекчение за стопанските субекти.

- Юридическите лица с нестопанска цел (ЮЛНЦ), които по дефиниция имат социални цели и често имат водеща роля при осигуряването на подкрепа на уязвимите групи, могат да извършват стопанска дейност и то при сравнително облекчени условия.

В същото време, въпреки липсата на рестриктивна правна рамка, налице са конкретни обстоятелства, които възпрепятстват развитието и устойчивостта на социалните предприятия в България:

- Въпреки че функционира на пазарен принцип, работата с целева група, уязвима по своята същност, изисква време и

допълнителни усилия, за да успее организацията конкурентно да догони другите производители/доставчици на услуги.

- През последните години е налице непостоянен бизнес климат, в резултат на глобалната икономическа криза, както и нестабилната политическа обстановка.

- Липсва специфична стимулираща политика от страна на държавата за развитие на социално предприемачество.

- Средата за развитие на тези организации остава нестабилна – липсва подкрепа за устойчивост на дейностите, особено за малките организации, които остават изцяло зависими от програмите на външни донори, които са краткосрочни и често със съвсем различни приоритети.

- Липсват сериозни и дългосрочни програми, насърчаващи подкрепената и защитена заетост. Ако има такива, те са насочени основно към хора с увреждания, но не и към други уязвими групи.

- Механизмите за финансиране за стартиране или поддържане на дейността са сериозно ограничени. Например: банковите кредити са изключително затруднени, без особени облекчения за някои категории социални предприятия (напр. ЮЛНЦ); рисковото финансиране (чрез дялово участие) почти не е развито, освен това всички инвеститори търсят на първо място възвръщаемост на инвестициите, което при социалните предприятия е по-трудно или поне отнема повече време; национално грантово финансиране почти липсва; свободното събиране на такси трудно може да осигури сериозен приход, особено ако услугите са насочени към конкретните целеви групи; финансиращи програми на местно (общинско) ниво липсват.

- Съществуват множество проблеми, свързани с финансирането по оперативни програми: финансират предимно заетост, а не предприемаческата дейност като такава; достъпни са за по-големи организации, които имат вече сериозен наличен ресурс; увеличават зависимостта от грантовото финансиране; фокусират се върху краткосрочни резултати (предимно количествени) и се затрудняват да оценят по-цялостно въздействие; почти никога не предвиждат средства за организационно и институционално развитие на организациите, изграждане на сектор и мрежи; често се изисква собствен принос.

Проблеми и перспективи на социалните иновации в селските райони. Редица фактори подкрепят иновациите в селските райони:

- диверсификацията на местните икономики;

- продължаващата нужда от технологичен напредък при производството на храни;
- атрактивността на селските райони за свободните предприемачи – по-висок стандарт на живот и качество на околната среда;
- технологичният напредък и пазарните тенденции, насърчаващи малкия бизнес да се локализира в селските райони;
- подобряването на инфраструктурата и достъпността на селските райони;
- иновациите в предоставянето на услуги, произтичащи от необходимостта да се осигурят качествени услуги на населението, отдалечено от големите градски центрове;
- растежът в екопроизводството и екоиновационния сектор.
- Като основни пречки пред развитието на иновациите в селските райони могат да се посочат:
 - липсата на качествена инфраструктура за широколентов достъп;
 - относително слабата икономическа основа, малкото на брой бизнеси, липса на клъстъринг, което възпрепятства трансфера на знания, изграждането на мрежи и конкуренцията;
 - напускането на младите и високообразовани хора, което се отразява в липсата на висококвалифицирани кадри за селско стопанство и индустрия, основани на знанието.

Проблеми и перспективи на социалното фермерство. Наред с посочените тенденции, благоприятстващи или затрудняващи социалното предприемачество и иновации, социалното фермерство има и своя специфика.

Преди всичко в България социалното фермерство е в изключително начален стадий на развитие – този феномен е почти непознат за българското общество. Основните дейности, които намират приложение в страната, включват взаимодействие с животни (основно с коне) за деца, младежи и възрастни с различни здравословни проблеми, както и участие в земеделски дейности за възрастни с проблеми със социалното поведение и адаптацията (затворници и представители на малцинствата). Съществуват центрове за селски/аграрен туризъм, чиято дейност е ориентирана към хора от всички възрастови групи без специфични потребности, и техните цели са предимно развлекателни/рекреационни. В реализацията на тези дейности обикновено са ангажирани пет типа участници, в зависимост

от типа на упражняваните дейности: терапевти, инструктори, обучители, консултанти и фермери⁹.

Въпреки наличието на отделни инициативи, свързани предимно с реализацията на проекти, финансирани по различни програми, социалният фокус на земеделието все още трудно привлича внимание. Оскъдната налична информация относно възможностите и предимствата на социалното фермерство не е в състояние да провокира значителен обществен интерес, включително интерес от страна на изследователите или управляващите органи. Съществуващите примери са резултат от частна инициатива без каквато и да е намеса и координация от страна на правителството.

Причините за слабо разпространение на социалното фермерство са множество:

- липса на информираност от страна на институциите, организациите и бизнеса по отношение на важноста и потенциала на социалното земеделие;
- липса на адекватна държавна политика, фокусирана върху стимулирането и популяризирането на този тип дейност;
- липса на изградени мрежи и кооперации в селските райони;
- липса на разработени материали за обучение на земеделски производители;
- недостатъчно развити структури на селските райони, насърчаващи прилагането на алтернативни модели на заетост и използване на многофункционалното земеделие като източник на приходи и др.

В същото време в България определено съществува потенциал за развитие на социалното фермерство заради:

- подходящите природно-климатични условия;
- съществуващите традиции в земеделското производство;
- необходимостта от подобни дейности за разрешаване на проблемите на различни обществени групи със специфични нужди;
- съществуващите финансови ресурси за стартиране и развитие на този тип дейности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

България е страна с вече установени традиции в изграждането и развитието на земеделски кооперации, които наред със своята производствена дейност имат и множество социални функции. За

⁹ The state of the art of multifunctional farming in Bulgaria: <http://www.maie-project.eu/index.php?id=45>

съжаление, независимо от наличието на 1100 земеделски кооперации у нас, в момента страната няма добър пример за социална ферма. Оптимистичното е, че все повече български земеделски производители виждат в социалното фермерство една добра бизнес възможност и съответно демонстрират (макар и плах) интерес и мотивация да се ангажират с реализиране на социални дейности в своите стопанства. Това е особено важно през този програмен период, който предвижда да осигури възможности за финансиране на мултифункционалното земеделие по линия на Програмата за развитие на селските райони (разнообразяване към неселскостопански дейности). В светлината на устойчивата тенденция за изолиране на голяма част от българското население от активна трудова заетост, както и в контекста на приоритетното значение на трудовата интеграция, са необходими съзнателни усилия за популяризиране на социалните ферми и конкретните дейности, извършвани в тях.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив на тема „Социалното фермерство в България - проблеми и възможни решения“, изпълняван в периода 2016 – 2017.

ЛИТЕРАТУРА

1. Владимирова, К. 2009. Стратегическо управление на човешките ресурси, НБУ.
2. Закон за защита от дискриминация.
3. Закон за насърчаване на заетостта.
4. Имигрантите и техните наследници – Ръководство за политики, насочени към благосъстоянието на всички в плуралистичните общества, Издателство на Съвета на Европа, 2010.
5. Кодекс на труда.
6. Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ 2014-2020.
7. Програма за научни изследвания и иновации на ЕС „Хоризонт 2020“.
8. Програма за образование, обучение, младеж и спорт на ЕС „Еразъм+“.
9. Програма за развитие на селските райони 2014-2020.

10. Стратегия на ЕС „Европа 2020“.

11. Bryant, L., B. Garnham. 2014. Economies, ethics and emotions: Farmer distress within the moral economy of agribusiness, *Journal of Rural Studies*, 34: 304-312.

12. Foti, V., V. Giudice, M. Rizzo. 2014. Relationship system analysis in social farming: The role of "Sicilian Social Farm Network", *Quality – Access to Success*, 15 (1): 62-68.

13. Gozener, B., M. Sayili. 2011. Use of animal wastes in beef cattle farming and environmental considerations, *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 17 (6): 816-828.

14. Lanfranchi M., C. Giannetto, A. De Pascale. 2014. The role of nature-based tourism in generating multiplying effects for socio economic development of rural areas, *Quality – Access to Success*, 15 (140): 96-100.

15. Pruteanu, E., L. Furdui, V. Șerbu. 2012. Cooperation – the future of peasant farms in Romania, *Quality – Access to Success*, 13 (3): 801-808.

16. The state of the art of multifunctional farming in Bulgaria: <http://www.maie-project.eu/index.php?id=45>

Бисер Кръстев

**СЪВРЕМЕННИ АСПЕКТИ НА
ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА
ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Бисер Йорданов Кръстев е роден в гр. Свищов през 1970 година. Там завършва средното и висшето си образование. От 1995 година постъпва на работа като асистент в СА „Д. А. Ценов“ – Свищов към катедра „Финанси и кредит“, където преподава различни учебни дисциплини на студенти, обучавани в образователно-квалификационните степени „бакалавър“ и „магистър“ в областта на финансите и банковото дело. През 2004 година придобива научната степен „доктор по икономика“. През 2011 година започва работа във ВУАРР – гр. Пловдив. От началото на 2013 година заема академичната длъжност „доцент“ в същото висше училище. Основните лекционни курсове, които е водил, са: Финанси, Корпоративни финанси, Банково дело, Теория на парите и кредита, Техника на данъчното облагане, Оперативен банков мениджмънт, Банков маркетинг, Банков анализ, Финансов анализ, Банкови сделки, Бюджет и бюджетна политика, Местни бюджети, Проектно финансиране и техники, Инвестиции, Финансово посредничество, Икономика и финансиране на здравеопазването и др. Ръководил е и семинарни занятия по посочените учебни дисциплини.

Научните му интереси са в областта на финансовия и банковия анализ, банковия маркетинг, банковия мениджмънт, проектното финансиране, корпоративните финанси и инвестициите. Автор и съавтор е на десетки публикации, сред които монографиите „Банков маркетинг“, „Анализ на финансовата дейност на банките в условията на криза“ и „Дистанционен анализ на банковата дейност“, учебниците по „Икономика на публичния сектор“, „Теория на парите и кредита“, „Банково обслужване на икономическите агенти“, „Банково дело“, „Практически банков мениджмънт“, „Финансов анализ“, „Банков анализ“, „Корпоративни финанси“, „Инвестиции“ и др. Специализирал е в университета на гр. Бохум, Германия, през 1997 година. Участвал е в научноизследователски проекти, финансирани от фонд „Научни изследвания“ и ОП „Развитие на човешките ресурси“.

CONTEMPORARY ASPECTS OF THE PROJECT FINANCING OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Biser Krastev

Abstract

In recent years project financing is used widely in practice. It has established itself as an alternative form of financing of entrepreneurial activity. The project financing supports investment and enhances cooperation between economic agents involved in the investment process. The study describes different forms, techniques and sources of project financing used in the implementation of investment projects in various stages of their development. On the other side are analyzed trends in the evolution of volumes and structure of the global project finance and its separate forms and mechanisms of implementation. Finally is researched the role and importance of project financing for the development of business investment in global and national context.

Keywords: project finance, business angels, venture capital, mezzanine financing.

СЪВРЕМЕННИ АСПЕКТИ НА ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА ДЕЙНОСТ

Бисер Кръстев

Резюме

През последните години проектното финансиране се използва все по-широко в практиката. То се утвърждава като алтернативна форма за финансиране на предприемаческата дейност. Чрез него се подпомага инвестиционната активност и се засилва сътрудничеството между икономическите агенти, участващи в инвестиционния процес. В студията са характеризирани различните форми, техники и източници на проектно финансиране, използвани при реализацията на инвестиционните проекти през различните етапи на тяхното развитие. Анализирани са задълбочено тенденциите в измененията на обемите и структурата на глобалното проектно финансиране и на отделни негови форми и механизми на осъществяване. Подчертани са ролята и значението на проектното финансиране за развитието на бизнес инвестициите в глобален и национален аспект.

Ключови думи: проектно финансиране, бизнес ангели, венчурен капитал, мецанин финансиране.

ВЪВЕДЕНИЕ

Инвестиционната дейност може да се разглежда като катализатор за динамичното развитие на икономическите процеси в съвременното пазарно стопанство. За да се ускори реализацията на инвестиционните проекти в публичния и частния сектор на икономиката, са необходими значителни финансови ресурси. През последните десетилетия се използват разнообразни форми и техники за финансиране на инвестициите, като все по-често се прибегва до т.нар. проектно финансиране. Неговата роля и значение стават изключително важни и то се превръща в един от приоритетните механизми за осъществяване на инвестиционния процес в отделните сфери на обществения и икономическия живот. Чрез проектното финансиране се подпомага иновационната дейност и се задълбочава сътрудничеството между участващите в инвестиционния процес стопански субекти. Ето защо **актуалността** на изследваната проблематика е безспорна.

Обект на изследване в настоящата студия са спецификите на проектното финансиране като алтернативна техника за финансиране на предприемаческата дейност.

Предмет на изследване са различните форми и източници на проектно финансиране, които се използват при реализацията на инвестиционните проекти през различните етапи на тяхното развитие.

Целта на научното изследване е да се разкрият ролята и значението на проектното финансиране за развитието на бизнес инвестициите в глобален и национален аспект.

СЪЩНОСТ, РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ

В исторически план е известно, че първата сделка, получила впоследствие названието проектно финансиране, е сключена през 30-те години на миналия век в американския щат Тексас във връзка с финансирането на проект за създаване на нефтодобивна компания. През последните три десетилетия на XX век проектното финансиране намира широко приложение в енергетиката, телекомуникациите и при изграждането на различни инфраструктурни обекти (пътища, летища, пристанища, нефтопроводи, газопроводи, съоръжения за преработка на отпадъци и др.). Проектното финансиране се отличава съществено от другите техники на финансиране на предприемаческата дейност и се характеризира с редица **особености**.

Първата от тях е, че при реализацията на даден инвестиционен проект се създава **специална проектна компания – SPV (Special Purpose Vehicle)**, която привлича разнообразни финансови, материални и човешки ресурси за неговото осъществяване и урежда финансовите си взаимоотношения с кредиторите и инвеститорите чрез паричните постъпления, генерирани от конкретния инвестиционен проект.

Втората особеност на проектното финансиране е свързана с обстоятелството, че **специалната проектна компания не разполага с активи, чрез които да обезпечи изплащането на ползваните заемни капитали**, необходими за първоначалния стадий на изграждането на инвестиционния обект. Изплащането на привлечените чужди капитали се гарантира единствено от паричните постъпления, реализирани при експлоатацията на инвестиционния проект. Поради тази причина проектното финансиране е свързано с поемането на висок риск от неиздължаване на привлечените заемни капитали.

Третата особеност на проектното финансиране е свързана с **наличието на разнообразни финансови инструменти, техники и форми на финансиране на инвестиционния проект** и сключването на разнообразни договори с различни контрагенти, за да може той да се реализира успешно и в пълна степен¹.

Четвъртата особеност на проектното финансиране е, че при него се наблюдава **високо съотношение на заемния капитал спрямо собствения капитал (висок финансов ливъридж)**, като относителния дял на дълговото финансиране достига до 90% от общата стойност на проекта.

Петата особеност на проектното финансиране е свързана с **ограничеността в полезния срок на експлоатация на инвестиционния проект**, която се предопределя от сроковете на действие на сключените договори или получени лицензии, както и от величината на запасите на добиваните или преработвани природни ресурси. Във връзка с това заемите, с които е финансиран проекта, е необходимо да бъдат погасени в пълен размер до края на срока на неговото използване².

При вземането на решения за проектно финансиране се разработват прогнози за бъдещото развитие на входящите и изходящи парични потоци по проекта и за финансовото състояние на

¹ Вж. напр.: Никонова, И. А., Проектный анализ и проектное финансирование, Издательство „Альпина Паблицер“, Москва, 2012, с. 81.

² Вж.: Йескомб, Э. Р., Принципы проектного финансирования, Издательство „Альпина Паблицер“, Москва, 2015, с. 19-20.

специалната проектна компания. В този смисъл то е тясно свързано с ефективността от реализацията и експлоатацията на конкретния инвестиционен проект.

Освен изброените особености, за проектното финансиране са характерни следните **принципи**³:

- разпределение на рисковете между заинтересованите страни по проекта и техния мониторинг;
- използване на специфични показатели за оценяване ефективността на инвестиционния проект;
- избор на доставчици и подизпълнители чрез търг или конкурс;
- развита система на договорни отношения;
- комплексен мониторинг в процеса на реализацията на проекта.

Участниците в процеса на проектното финансиране могат да се представят схематично на следващата Фигура 1.



Фиг. 1. Участници в процеса на проектното финансиране

Инициаторите са лица, които инвестират свои собствени и заемни капитали в проекта, поемайки свързаните с него рискове. Към тях се причисляват министерствата, общините, държавните и общински предприятия, финансовите институции, местните и чуждестранни частни търговски дружества, както и физическите лица. Инициаторите решават самостоятелно какви ще бъдат сумите и

³ Никонова, И. А., Цит. съч., с. 82.

сроковете на предоставените за реализацията на проекта финансови ресурси. Те осъществяват контрол върху целевото изразходване на вложените капитали и определят каква ще бъде ефективността на инвестицията.

Кредиторите предоставят кредити за финансирането на проекта. Най-често това са национални, чуждестранни или международни банкови и финансови институции (Световна банка, Европейска банка за възстановяване и развитие, Европейска инвестиционна банка и др.).

Изпълнителите са лица, които извършват различни дейности по сключени с проектната компания договори за възлагане на обществени поръчки, за строително-монтажни работи, за доставка и монтаж на оборудване и др.

Консултантите са лица, извършващи инженерингови, проектантски, юридически, финансови и други консултантски услуги.

Потребителите са физически и юридически лица, които използват продуктите и услугите, генерирани от инвестиционния проект. Те могат да съвпадат с инициаторите, но ако са самостоятелни субекти, е необходимо да уредят отношенията си с проектната компания чрез договор.

Застрахователното дружество застрахова имуществото на специалната проектна компания и покрива щетите от различни застрахователни събития.

Доставчиците доставят както машини, съоръжения и оборудване, необходими за организирането и стартирането на производствения процес, така и суровини, материали и резервни части, необходими за нормалното функциониране на влезлия в експлоатация инвестиционен обект.

Държавните органи могат да сключват лицензионни и концесионни договори с проектната компания, да осъществяват строителен надзор в процеса на изграждането на инвестиционния обект, да предоставят данъчни преференции и др.

Строителната компания изгражда инвестиционния обект съгласно клаузите в договора за строително-монтажни работи и строителната документация.

В специализираната икономическа литература се срещат различни определения, които разкриват **същността на проектното финансиране**.

Така например според Филип Беноа то се отъждествява със структура, чрез която инициаторите привличат финансираща

институция за конкретен инвестиционен проект въз основа на очакваните от проекта приходи, а не в зависимост от стойността на техните активи. В този смисъл проектното финансиране позволява на инициаторите да избегнат предоставянето на право на регрес на финансиращата институция към техните активи при постигането на незадоволителни резултати от експлоатацията на обекта, което им предоставя възможност да финансират изграждането му задбалансово⁴.

Според И. Никонова проектното финансиране може да се дефинира като мултиинструментална форма за финансиране на специално създадена за реализацията на проекта компания, при която бъдещите парични потоци от проекта служат като основно обезпечение за издължаване на заемните средства и за изплащане на доходите към инвеститорите⁵.

Според В. Степанова проектното финансиране е система от взаимосвързани участници, формирана на принципа на интегрираност за реализация на проекта, в която източникът за погасяване на задълженията и изплащането на доходите са паричните потоци, генерирани в резултат на реализацията на самия инвестиционен проект, чиито активи се използват като обезпечение по кредита⁶.

Изхождайки от теоретичните постановки, съдържащи се в посочените по-горе определения, както и в зависимост от натрупания практически опит, **проектното финансиране** може да бъде формулирано по следния начин: *специфична форма на финансиране на новосъздадена специална проектна компания, при която бъдещите парични потоци, генерирани от инвестиционния проект, се използват като източник на издължаване на заемните капитали, получени от кредиторите и като гаранция за изплащане на доходите към инвеститорите.*

Ролята и значението на проектното финансиране в глобален аспект са изключително важни. В Таблица 1 са посочени стойностните обеми на глобалното проектно финансиране по икономически сектори през периода 2011-2015 година. От данните в нея е видно, че през 2012 година общият обем на глобалното проектно финансиране е най-нисък и възлиза на 198745,6 млн. USD, след което той се увеличава непрекъснато и достига до 277214,7 млн. USD към края на 2015 година.

⁴ Вж. напр.: Benoit, Ph., Project Finance at the World Bank. An Overview of Policies and Instruments, World Bank Technical Paper Number 312, The World Bank, Washington, D.C., 1996, pp. 7-8.

⁵ Вж.: Никонова, И. А., Цит. съч., с. 81.

⁶ Вж.: Степанова, В. С., Формирование системы проектного финансирования коммерческими банками, Диссертация, Хабаровск, 2004, с. 88.

От друга страна, прави впечатление, че секторите, които привличат най-големи обеми проектно финансиране, са енергетиката, транспортът и добивът на нефт и газ, а най-малко капитали се насочват за финансиране на проекти, свързани с развитието на телекомуникациите, преработването на отпадъци и селското и горско стопанство. Значително финансиране привличат секторите нефтохимия, недвижими имоти и развлечения, преработваща индустрия, минна индустрия и водоснабдяване и канализация.

Таблица 1. Обем на глобалното проектно финансиране по сектори през периода 2011-2015 г. (в млн. USD)⁷

| Икономически сектори | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Енергетика | 80 498,8 | 66 307,7 | 69 379,7 | 83 533,5 | 106 338,1 |
| Транспорт | 43 607,4 | 40 466,6 | 40 765,5 | 51 122,5 | 61 903,3 |
| Добив на нефт и газ | 38 834,7 | 60 233,7 | 39 562,4 | 66 005,0 | 56 017,7 |
| Нефтохимия | 4 614,8 | 4 417,8 | 10 719,0 | 11 189,5 | 13 592,1 |
| Недвижими имоти и развлечения | 15 439,1 | 10 303,2 | 7 872,0 | 9 028,4 | 11 203,5 |
| Преработваща индустрия | 12 154,9 | 6 833,2 | 16 768,3 | 16 015,0 | 12 097,1 |
| Водоснабдяване и канализация | 997,2 | 3 240,8 | 7 085,9 | 1 161,2 | 6 049,1 |
| Минна индустрия | 10 822,6 | 4 571,2 | 5 654,2 | 18 880,6 | 8 637,3 |
| Телекомуникации | 5 314,0 | 1 529,1 | 4 332,1 | 1 847,2 | 1 064,5 |
| Преработване на отпадъци | 724,1 | 842,3 | 1 887,4 | 853,2 | 312,0 |
| Селско и горско стопанство | 479,0 | 0,0 | 0,0 | 88,7 | 0,0 |
| Общо: | 213 486,6 | 198 745,6 | 204 026,5 | 259 724,8 | 277 214,7 |

В Таблица 2 е представена структурата на глобалното проектно финансиране по икономически сектори. През всяка една от годините на анализирания период относителният дял на енергийния сектор е най-висок и се колебае в диапазона от 32,2% до 38,4%. Транспортът привлича около 1/5 от финансирането, а дялът на добива на нефт и газ варира силно от 18,2% през 2011 година до 30,3% през 2012 година. Останалите икономически сектори имат сравнително ниски дялове на привлеченото проектно финансиране, като общият относителен дял на

⁷ Данните са ползвани от годишните издания на International Financing Review *PFI Financial League Tables* за периода 2011-2015 година и са достъпни на интернет адрес: <http://www.ifre.com/?&m=0&src=http://www.ifre.com/hybrid.asp?typecode=68&pubcode=1&navcode=386>

преработването на отпадъци и селското и горско стопанство е под 1,0% от общата му стойност.

Таблица 2. Секторна структура на глобалното проектно финансиране през периода 2011-2015 г. (в % спрямо общата сума)

| Икономически сектори | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Енергетика | 37,7% | 33,4% | 34,0% | 32,2% | 38,4% |
| Транспорт | 20,4% | 20,4% | 20,0% | 19,7% | 22,3% |
| Добив на нефт и газ | 18,2% | 30,3% | 19,4% | 25,4% | 20,2% |
| Нефтохимия | 2,2% | 2,2% | 5,3% | 4,3% | 4,9% |
| Недвижими имоти и развлечения | 7,2% | 5,2% | 3,9% | 3,5% | 4,0% |
| Преработваща индустрия | 5,7% | 3,4% | 8,2% | 6,2% | 4,4% |
| Водоснабдяване и канализация | 0,5% | 1,6% | 3,5% | 0,4% | 2,2% |
| Минна индустрия | 5,1% | 2,3% | 2,8% | 7,3% | 3,1% |
| Телекомуникации | 2,5% | 0,8% | 2,1% | 0,7% | 0,4% |
| Преработване на отпадъци | 0,3% | 0,4% | 0,9% | 0,3% | 0,1% |
| Селско и горско стопанство | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Общо: | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Следващите Таблицы 3 и 4 съдържат данни за обема на глобалното проектно финансиране по региони и за неговата регионална структура през периода 2011-2015 година.

Ако се проследи динамиката на проектно финансиране по регионален признак, се открояват някои интересни тенденции. Единственият регион, при който се наблюдава непрекъснат ръст на привлеченото проектно финансиране, е Америка, а в Азия и Океания се отчита намаление. След неблагоприятната за региона на Европа, Средния Изток и Африка 2012 година той става все по-атрактивен и обемът на привлеченото за инвестиции в различни проекти финансиране до края на 2015 година надвишава този на Америка и Азия и Океания.

Подобни тенденции се наблюдават и по отношение на промените в регионалната структура на глобалното проектно финансиране. През първите две години на анализирания период относителният дял на привлеченото от Азия и Океания проектно финансиране е най-висок в сравнение с останалите региони. През 2015 година регионът на Европа, Средния Изток и Африка става водещ с 39,0% от общата му сума, следван от този на Америка – 33,5%, а Азия

и Океания успяват да привлекат едва 27,5% от глобалното проектно финансиране.

Таблица 3. Обем на глобалното проектно финансиране по региони през периода 2011-2015 г. (в млн. USD)⁸

| Региони | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Европа, Среден Изток и Африка | 83 339,8 | 67 902,3 | 88 960,8 | 95 087,1 | 108 190,5 |
| Азия и Океания | 91 763,7 | 91 522,7 | 63 645,5 | 72 279,3 | 76 262,9 |
| Америка | 38 383,1 | 39 320,6 | 51 420,2 | 92 358,4 | 92 761,3 |
| Общо: | 213 486,6 | 198 745,6 | 204 026,5 | 259 724,8 | 277 214,7 |

Таблица 4. Регионална структура на глобалното проектно финансиране през периода 2011-2015 г. (в % спрямо общата сума)

| Региони | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Европа, Среден Изток и Африка | 39,0% | 34,2% | 43,6% | 36,6% | 39,0% |
| Азия и Океания | 43,0% | 46,0% | 31,2% | 27,8% | 27,5% |
| Америка | 18,0% | 19,8% | 25,2% | 35,6% | 33,5% |
| Общо: | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

В България проектното финансиране не е толкова широко разпространено, но също намира приложение. През 2011 година е реализиран един проект на стойност 153,0 млн. USD, през 2012 година са финансирани два проекта на обща стойност 131,8 млн. USD, през 2013 година е реализиран един проект за 14,3 млн. USD, през 2014 година – един проект за 125,0 млн. USD и през 2015 година – също един проект на стойност 150,0 млн. USD.

СПЕЦИФИКА НА ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА НОВ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ БИЗНЕС

Предприемаческата дейност и иновациите стоят в основата на икономическото развитие и създаването на нови работни места. Ето защо тяхната роля в развитието на социално-икономическия живот е изключително важна. Тъй като всяка нова бизнес идея изисква първоначално финансиране, а резултатът от нея е трудно определим и

⁸ Данните са ползвани от годишните издания на International Financing Review *PFI Financial League Tables* за периода 2011-2015 година и са достъпни на интернет адрес: <http://www.ifre.com/?&m=0&src=http://www.ifre.com/hybrid.asp?typecode=68&pubcode=1&navcode=386>

несигурен, търговските банки и другите традиционни финансови институции оказват много малка подкрепа за развитието на иновационната дейност. Поради тази причина през ранните етапи от развитието на бизнес организацията нейното финансиране се осъществява от частни инвеститори или специализирани посредници с използването на алтернативни финансови инструменти и техники.

В специализираната икономическа литература иновацията е въведена като икономическа категория от Й. Шумпетер. Според него тя се среща в пет разновидности⁹:

- като създаване на нов продукт или като добавяне на нови качества, свойства и функционални характеристики на вече съществуващ продукт;
- като внедряване на нова технология на производство или създаване на нова организация на търговската дейност;
- като завладяване на нов пазар;
- като откриване на нов суровинен източник или материал;
- като провеждане на реорганизации в системата на управление на социално-икономическата дейност.

Иновациите са научни открития и постижения, чието прилагане води до повишаване на ефективността от функционирането на бизнес организациите¹⁰. Те могат да се дефинират и като *създаване, усвояване или усъвършенстване на нови технологии, нови продукти или услуги, както и решения от производствен, организационен, социален, икономически, финансов или друг характер, които, в резултат на тяхното внедряване и приложение, оказват положителен ефект върху стопанските субекти*¹¹.

Иновациите се характеризират със слените **особености**¹²:

- те не са единично и рядко явление, а се осъществяват в различни епохи, в разнообразни сфери и в разнообразни форми;
- в основата на иновациите стоят специфични знания и научни открития;
- те се характеризират с високо равнище на риска и с висока степен на неопределеност на крайния резултат;
- необходимо е да бъдат внедрени в практиката;

⁹ Цит. по: Вертакова, Ю. В., Е. С. Симоненко, Управление иновациями: теория и практика, Издателство „Ексмо“, Москва, 2008, с. 7-8.

¹⁰ Вж.: Голубев, А. А., Экономика и управление иновационной деятельностью. Учебное пособие, Издателство СПбГУ ИТМО, Санкт-Петербург, 2012, с. 7.

¹¹ Венский, В. Л., Иновации: сущность, содержание и классификация, Весник БДУ, Сер. 3, №2, 2008, с. 69.

¹² Вж.: Грасмик, К. И., Иновации: сущность, виды, особенности управления, сп. „Качество. Иновации. Образование“, №2, 2008, с. 30.

- в резултат на иновациите се създава нова потребителска изгода, подобряват се съществуващите характеристики на продукта и се снижават разходите за неговото производство;
- иновациите не са еднократен акт, а кумулативен процес на практическо приложение на новите знания;
- чрез тях се създават положителни социално-икономически ефекти за определен период.

Иновационната дейност е свързана с използване и комерсиализация на резултатите от научните изследвания, насочени към разширяване и обновяване на асортимента и към подобряване качеството на предлаганите продукти, усъвършенстване на технологията за тяхното производство и ефективната им реализация на пазара. Тя съдържа комплекс от научни, технологични, организационни, финансови и търговски мероприятия, които водят до появата на иновации¹³. С други думи иновационната дейност е съвместна дейност на множество пазарни участници в рамките на иновационния процес с цел създаването и реализацията на иновацията.

Най-общо **иновационният процес** е дейност, при която предприемаческата идея получава икономическо съдържание. По-конкретно той може да се дефинира като *съвкупност от паралелни и последователни дейности, насочени към създаването на нови продукти и услуги и тяхната успешна реализация с цел постигане на определени икономически резултати*.

Иновационният процес има цикличен характер и преминава през различни **етапи**. Основните от тях са изследването, разработката, внедряването и използването на новия продукт. Те са посочени на Фигура 2¹⁴.

Иновационният процес започва с етапа на **изследване**. Изследванията, свързани със създаването на иновациите, са фундаментални и приложни.

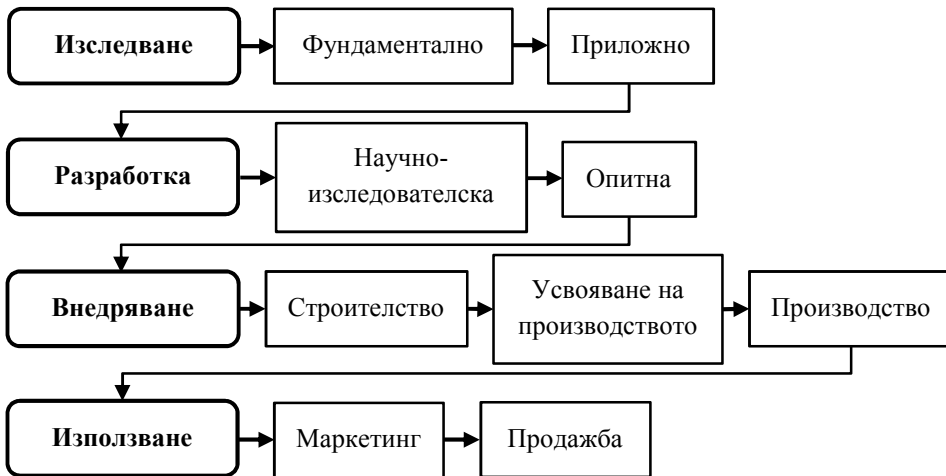
Фундаменталните изследвания са насочени към получаването на нови знания, резултатът от които е създаването на нови научни теории и научни открития. Тези фундаментални изследвания се провеждат във висшите училища, университетите и в специализираните научно-изследователски организации.

Чрез **приложните изследвания** се търсят възможности за прилагане на резултатите от фундаменталните изследвания в различни

¹³ Жариков, В. В. и др., Управление инновационными процессами, Издательство ТГТУ, Тамбов, 2009, с. 9.

¹⁴ Вж.: Голубев, А. А., Цит. съч., с. 12.

области на обществения и икономическия живот. Те са високорискови и често водят до негативен резултат.



Фиг. 2. Етапи на протичане на иновационния процес

По време на **разработката** на бъдещия продукт се стига до неговото научно описание. То става възможно в резултат на **научноизследователската работа**, изразяваща се в разработването на принципна схема на неговите функционални характеристики и експлоатационни параметри.

При достигането до етапа на **опитната (опитно-конструкторската) разработка** се изготвя проектно-сметната документация и се създават и изпитват опитни образци. Ако през този етап научните изследвания и експерименталното производство завършат успешно, се преминава към внедряването на новия продукт.

Етапът на **внедряване** започва с изграждане на производствената площадка и **строителство** на производствените сгради и съоръжения. Следва доставяне и монтиране на машините и оборудването.

При **усвояването на производството** се въвежда новата технология и организация на производствения процес и се достига предвидената в проектно-сметната документация проектна мощност.

През етапа на **производство** новите продукти се произвеждат от компанията при пълно договорно осигуряване с материални, човешки и финансови ресурси.

По време на заключителния етап на **използване** на иновацията се цели нейната реализация на пазара с цел получаване на положителни финансови резултати. Първоначално се проучват потребителските нагласи на потенциалните купувачи, провежда се рекламна кампания за популяризиране свойствата, характеристиките и качеството на новия продукт, проучват се позициите на конкурентите и т.н. Тези проучвания се извършват през етапа на **маркетинговата дейност**.

Накрая се пристъпва към етапа на **продажба** на готовия продукт. През него се организира дейността на пласментните отдели и се разработват каналите за неговата дистрибуция.

Иновационният процес не завършва с внедряването и реализацията на новия продукт на пазара, тъй като последният може да се усъвършенства допълнително, да придобие нови свойства и да стане по-ефективен. Така могат да се създадат нови продукти, нови технологии, да се разкрият нови пазари и в крайна сметка иновационният процес да продължи¹⁵.

Всяка бизнес организация се стреми да наложи и реализира дадена иновационна идея, въз основа на която се разработва конкретен иновационен проект. Този проект преминава през отделни **етапи на развитие**. Те са следните¹⁶.

- етап на посев (seed);
- стартов етап (start-up);
- етап на ранен ръст (early growth);
- етап на разширение (expansion);
- етап на изход (exit).

През тези етапи се използват различни източници на финансиране, които са съобразени и с паричните потоци, които се генерират от иновационния проект. Връзката между тях е представена на Фигура 3.

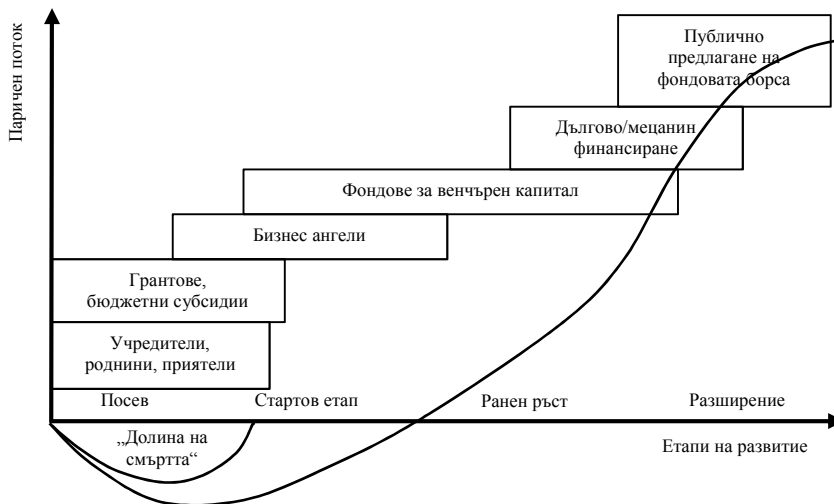
Личните средства на учредителите, заедно с тези на техните семейства, на техни приятели и на някои глупаци (т. нар. „3F“)¹⁷, са важен източник за финансиране на първия стадий от развитието на проекта, но не са достатъчни като размер за пълното му реализиране. Новосъздаденото предприятие няма кредитна история, не разполага с

¹⁵ Относно развитието на инвестиционния процес виж по-подр.: Городова, И. Б., Управление иновационными процессами, Издательство КемТИПП, Кемерово, 2005, с. 13-17.

¹⁶ Вж. напр.: Ерошкин, А. М. и др., Финансирование инновационного развития: теория и практика, Издательство „Нестор-история“, Санкт-Петербург, 2012, с. 51.

¹⁷ „3F“ – абревиатура, съставена от първите букви на английските думи *family* (семејство), *friends* (приятели) и *fools* (глупаци, тъпаци).

активи, които да използва като обезпечение, а и няма доказателства за евентуалната икономическа ефективност на новия продукт или технология. Бъдещите парични потоци са несигурни и трудноопределими. В този контекст проектът се оценява като високорисков от потенциалните инвеститори и традиционните източници за неговото финансиране не са достъпни.



Фиг. 3. Етапи на развитие, паричен поток и източници на финансиране на проекта¹⁸

През етапа на посев финансирането може да бъде допълнено с привличане на финансови ресурси чрез участие в *грантови схеми*, както и чрез получаване на *бюджетни субсидии*, при които финансирането е безвъзмездно. Когато предприятието успее да привлече недостигащото му финансиране от тези източници, иновативният проект обикновено излиза от т.нар. „долина на смъртта“. Това е своеобразен атестат за жизнеспособността на иновативния продукт и на предприятието като цяло. В бъдеще то може да разчита в много по-голяма степен на привличане на частен капитал с цел финансиране на бъдещото си развитие.

¹⁸ Фигурата е адаптирана по изданието на Организацията на обединените нации: Финансирование иновационного развития: Сравнительный обзор опыта стран ЕЭК ООН в области финансирования предприятий на ранних этапах развития, Женева, 2007, с. 4.

Проектно финансиране с участието на бизнес ангели

Бизнес ангелите са частни инвеститори (предимно физически и по-рядко юридически лица), които влагат свои собствени средства в рисков иновационни проекти през ранните етапи от тяхното развитие. Те придобиват значителни дялове от капитала на дадена стартираща компания. Целта на бизнес ангелите е да увеличат пазарната стойност на компанията и да продадат своя дял на по-късен етап от нейния жизнен цикъл, като получат за него значително по-висока цена от първоначално вложената сума.

Таблица 5. Дейност на бизнес ангелите през периода 2011-2015 г.¹⁹

| Години | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. |
|---------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Брой на бизнес ангелите | 318 480 | 268 160 | 298 800 | 316 000 | 304 930 |
| Брой на финансираните проекти | 66 230 | 67 030 | 70 730 | 73 400 | 71 110 |
| Обем на инвестициите (в млрд. USD) | 22,5 | 22,9 | 24,8 | 24,1 | 24,6 |
| Годишна доходност | 18,30% | 21,30% | 21,60% | 19,20% | 18,00% |
| Средна стойност на финансирането на един проект (в USD) | 339 725 | 341 638 | 350 629 | 328 338 | 345 943 |

В Таблица 5 са представени данни за развитието на дейността на бизнес ангелите през периода 2011-2015 година. Техният брой се колебае около 300000. Финансираните от тях проекти са между 66230 и 73400 годишно. Обемът на инвестираните средства достига до 24,8 млрд. USD през 2013 година. Годишната доходност, която реализират бизнес ангелите, се движи в диапазона от 18,00% до 21,60%. Средната стойност на финансирането на един проект възлиза на около 330000-350000 USD. Секторите, в които се инвестира приоритетно, са софтуер, здравеопазване, биотехнологии, информационни технологии, продажби на дребно, индустрия, енергетика, медии, финансови услуги и др.

През последните години бизнес ангелите формират национални и международни мрежи и асоциации, които координират тяхната дейност и им предоставят възможност да участват в по-многобройни и по-мащабни проекти. *Мрежата от бизнес ангели* е организация,

¹⁹ Данните са ползвани от годишните аналитични доклади на Center for Venture Research за периода 2011-2015 година, достъпни на интернет адрес: <http://paulcollege.unh.edu/research/center-venture-research/cvr-analysis-reports>

създадена с цел да улеснява връзката между предприемачите и бизнес ангелите. Тя изпълнява две основни функции²⁰:

- насърчаване на сделките, извършвани от нейните членове, включително и подпомагане създаването на синдикати за инвестиции в конкретни проекти;

- представляване и защитаване интересите на бизнес ангелите на национално и международно равнище.

В България през месец февруари 2015 година е учредена Българската асоциация на бизнес ангелите (*БАБА*). Тя е член на Европейската мрежа на бизнес ангелите (*European Business Angel Network – EBAN*), която е основана през 1999 година. В САЩ от 2004 година работи Асоциацията на ангелския капитал (*Angel Capital Association – ACA*), обединяваща над 100 от най-големите мрежи от бизнес ангели в страната. През 2007 година е създадена Световната асоциация на бизнес ангелите (*World Business Angels Association – WBAA*), в която членуват множество подобни национални и регионални организации.

Основните цели на Българската асоциация на бизнес ангелите са следните²¹:

- да подпомага инициативи, насочени към създаване на собствен бизнес, осигурявайки финансова подкрепа от бизнес ангели, институции и компании;

- да улеснява достъпа и разширява опциите за финансиране на предприемаческата дейност;

- да сътрудничи със стопански и нестопански организации в областта с цел подпомагане на предприемаческата среда и повишаване на инвестиционната активност;

- да участва и поддържа връзка с всички страни в предприемаческата система, като бизнес ангели, бизнес ангелски групи, рискови инвеститори, компании за дялово инвестиране и други инвестиционни организации, с цел подпомагане и реализиране на устойчиво развитие на предприемаческия процес;

- да разширява възможностите за инвестиции в страната както на местни, така и на чужди инвеститори;

²⁰ Вж.: Насърчаване на дейностите на бизнес ангелите в подкрепа на растежа на МСП, Наръчник на Европейската комисия, 2015, с. 19, достъпен на интернет адрес: http://een.dobrich.net/wp-content/uploads/2016/03/ETBN15002BGN_002.pdf

²¹ За подробности виж повече информация на официалната интернет страница на Българската асоциация на бизнес ангелите: <http://bulgariaangels.org/>

- да поддържа връзка с международни организации на бизнес ангели с цел популяризиране на страната като атрактивна дестинация за инвестиции и подпомагане на предприемаческата среда;

- да установява, поддържа и стимулира предприемаческа дейност и инвестициите в научната и иноваторска дейност в страната.

Примери за успешни инвестиции с участието на бизнес ангели в световната практика са Skype, Google, Uber, Facebook, Twitter, Amazon.com, Apple Computer и много други, а в България – Телерик, Фадата, Флипс Медиа. Така например бизнес ангелът Thomas Alberg инвестира 100000 USD в развитието на интернет магазина Amazon.com, като впоследствие продава своя дял за 26000000 USD или 260 пъти над първоначалната му стойност. Kevin Leech инвестира в компанията ML Laboratories, която разработва продукти в областта на лечението на бъбречни заболявания 50000 GBP, а продава дела си в нея за 71000000 GBP, реализирайки 1420 пъти ръст на първоначално вложените собствени капитали. Бизнес ангелът Ian McGlenn придобива акции на компанията от козметичния сектор Body Shop за едва 4000 GBP, а ги продава 10500 пъти по скъпо, получавайки срещу тях 42000000 GBP.

Венчърно финансиране

През стартовия етап от развитието на новия продукт и на дружеството, което го разработва, обикновено се използва финансиране чрез привличане на венчърен капитал. **Венчърният капитал (*venture capital*)** е особена форма на дългосрочен финансов ресурс, представляващ своеобразна симбиоза между финансов и интелектуален капитал, който се влага в различни високорискови иновационни проекти, имащи потенциал за висока степен на комерсиализация на продукта при излизането му на пазара²².

Венчърният капитал се характеризира с редица **особености**, най-важните сред които са следните:

- използва се през ранните етапи от финансирането на стартиращ нов бизнес;
- той е високорисков;
- предоставя се за дълъг период (7-12 години);

²² Вж.: Валеев, Э. Р., Венчурный капитал как фактор модернизации экономики, сп. „Економические науки“, № 12, 2011, с. 94.

- не е ориентиран към изплащане на вложените средства под формата на лихви или на дивиденди, а към дългосрочно нарастване на тяхната стойност;

- инвеститорът придобива дялово участие в капитала на компанията;

- инвеститорът има стратегическо участие при вземането на управленски решения, свързани с реализацията на проекта;

- на практика венчърният капитал е съчетание между финансов капитал и интелектуален ресурс.

Икономическата същност на венчърния капитал се проявява чрез изпълняваните от него **функции**. Те са твърде разнообразни, но основните от тях са следните²³:

- ✓ *разпределителна и преразпределителна функция* – изразява се в разпределение и преразпределение на доходите, получени от продажбата на създадения продукт, между рисковия инвеститор, предприемача и държавата;

- ✓ *акумулиране на временно свободните парични средства на инвеститорите*, разполагащи с венчърен капитал във фондове за венчърен капитал, предназначени за финансиране на перспективни и високоефективни проекти;

- ✓ *инвестиционно осигуряване на иновационната дейност* – състои се в насочване на венчърния капитал към финансиране на иновационната дейност на стопанските субекти;

- ✓ *комерсиализация на изследователската и иновационната дейност* – тази функция е свързана с формирането на предприемачески умения сред екипите в организациите, занимаващи се с изследователска и развойна дейност;

- ✓ *социална функция* – изразява се в създаването на нови работни места, нарастване на благосъстоянието на населението и оптимизация на потребителския избор;

- ✓ *контролна функция* – свързана е с контрола върху привличането и начина на изразходване на венчърния капитал както от страна на инвеститора, така и от страна на предприемача.

Чрез венчърното финансиране собственикът на венчърния капитал се стреми да спечели, инвестирайки в развитието на новите технологии, а от друга страна той се опитва да не загуби, а да увеличи значително стойността на своя капитал. От друга страна

²³ Вж.: Салахова, Ю. Ш., Финансовый механизм венчурного инвестирования как одного из источников финансирования инновационного процесса, Вестник Полоцкого государственного университета, серия D, № 5, 2015, с. 106-107.

предприемачът притежава правата върху иновационния продукт, но за да го създаде и комерсиализира, е необходимо да продаде част от дяловете в уставния капитал на иновативната компания и да изплати задълженията си към венчърния инвеститор, компенсирайки го финансово за поетия риск. Следователно венчърният капитал носи ползи и доходи както на инвеститора, така и на предприемача и в това се изразява неговия двойствен характер.

Формите на инвестиции, които се използват в световната индустрия на венчърния капитал, са следните²⁴:

– венчърен капитал, предназначен за *финансиране дейността на стартиращи компании*;

– начален венчърен капитал, използван за *разработване на нови продукти и първоначален маркетинг*;

– венчърен капитал, предназначен за *осигуряване на растежа на компанията*;

– заместващ венчърен капитал, предназначен за *придобиване на дялове в съществуваща компания от друг частен инвеститор*;

– венчърен капитал, използван за *изкупуване на цялата или на част от компанията от съществуващи акционери*.

Венчърният бизнес се реализира най-често чрез формиране на **фондове за венчърен капитал**. В основата на тяхната дейност лежи стремежът за споделяне на рисковете с инициатора на проекта, продължителният срок на инвестиране, както и участието с определен размер в собствения капитал на иновативната компания в ранните етапи от нейното развитие. Фондовете за венчърен капитал се учредяват най-често като дружества с ограничена отговорност за определен срок (5-10 години) и се управляват от управляващо дружество. Притежатели на дялове в тези фондове са различни институционални инвеститори (пенсионни фондове, застрахователни дружества, инвестиционни дружества, търговски банки, големи корпорации и др.), но в тях могат да участват и богати частни инвеститори. Фондовете за венчърен капитал са възникнали първоначално в САЩ в средата на миналия век и по-късно се разпространяват в Западна Европа и останалата част на света.

Венчърните фондове извършват своята дейност, като се съобразяват с определени **принципи**, основните от които са следните²⁵:

²⁴ Вж. напр.: Конарев, А., С. Константинова, Рисковият капитал и развитието на регионалните икономики, Годишник на ВУ Колеж по икономика и администрация, том VII, Издателство „Авто принт“, Пловдив, 2010, с. 19-20.

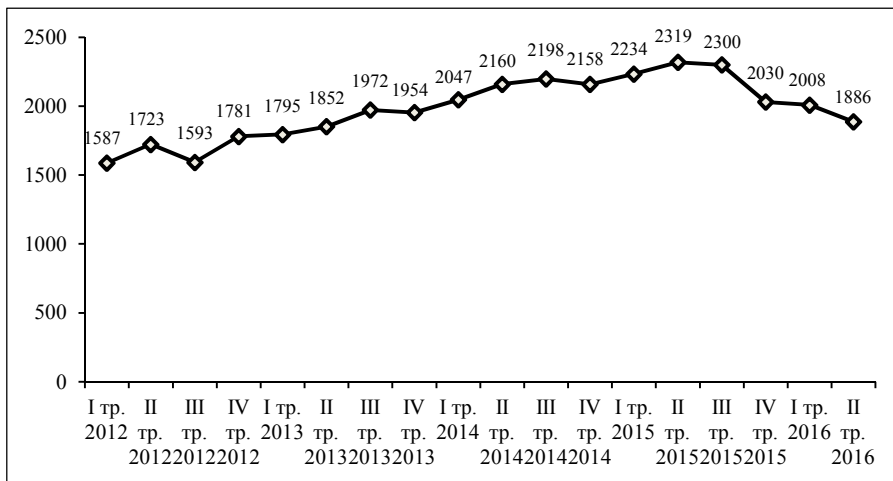
- осигуряване на висока доходност на инвестициите;
- възможност за репатриране на печалбата от инвестициите;
- надеждност и сигурност на инвестирането;
- привличане на управляващо дружество;
- инвестиране чрез колективни инвестиционни схеми и др.

По подобие на бизнес ангелите, фондовете за венчърен капитал формират национални и международни асоциации. Така например в САЩ функционира Националната асоциация на венчърния капитал (*National Venture Capital Association – NVCA*), във Великобритания – Британската асоциация на частния и венчърния капитал (*British Private Equity and Venture Capital Association – BVCA*), а в България през 2015 година е учредена Българската асоциация на венчърния капитал (*БАВК*). На регионално равнище в Европа е създадена Европейската асоциация на венчърния и частния капитал (*European Venture Capital and Private Equity Association – EVCA*). Тези асоциации координират и подпомагат дейността на своите членове по отношение финансирането на новообразувани иновативни компании или на съществуващи компании с висок потенциал за растеж.

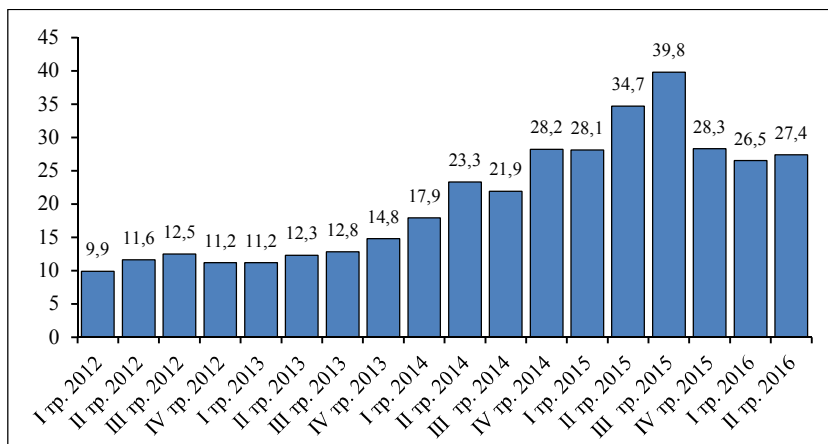
На фигура №4 е представена динамиката на броя на сделките с различни компании в световен мащаб, финансирани с венчърни капитали на тримесечна база през периода от началото на 2012 година до края на второто тримесечие на 2016 година. Най-малък брой компании – 1587 са получили венчърно финансиране в началото на анализирания период, а през второто тримесечие на 2015 година броят им достига най-висока стойност – 2319. През следващите четири тримесечия той постепенно спада и се понижава до 1886 в края на анализирания период.

Изменението в обемите на глобалните венчърни инвестиции през отделни тримесечия на периода от началото на 2012 година до края на второто тримесечие на 2016 година е отразено на фигура №5. През 2012 и 2013 година те се колебаят в диапазона от 9,9 млрд. USD до 14,8 млрд. USD на тримесечие, като тенденцията е на леко повишение. От началото на 2014 година до третото тримесечие на 2015 година те нарастват с много по-високи темпове и достигат до 39,8 млрд. USD. Следва значително намаляване на величината на венчърните инвестиции, които се понижават до 27,4 млрд. USD през второто тримесечие на 2016 година.

²⁵ Вж.: Малашенкова, О. Ф., Теоретически основи международного венчурного инвестирования, в: „Беларусь и мировые экономические процессы: сборник научных статей“, Выпуск 8, БГУ, Минск, 2011, с. 72-74.



Фиг. 4. Динамика на глобалния брой на сделките, финансирани с венчърен капитал по тримесечия, през периода от 2012 до средата на 2016 г.²⁶



Фиг. 5. Динамика на обема на глобалните венчърни инвестиции по тримесечия през периода от 2012 до средата на 2016 г. (в млрд. USD)²⁷

На следващата Фигура 6 са показани относителните дялове на венчърните инвестиции в САЩ по икономически сектори през 2015

²⁶ Фигурата е адаптирана според тримесечното издание на KPMG International and CB Insights: Venture Pulse, Q2'2016, Global Analysis of Venture Funding, July 19th, 2016, p. 11.

²⁷ Пак там, с. 11.

година според годишния доклад на Националната асоциация на венчърния капитал (NVCA)²⁸. От данните в нея става ясно, че приоритетните сектори, към които се насочва венчърното финансиране в САЩ, са създаването на софтуер, биотехнологиите, потребителските стоки и услуги, медиите и развлеченията и ИТ услугите, които са привлекли съвкупно 76% от общата стойност на венчърните инвестиции.



Фиг. 6. Венчърни инвестиции в САЩ през 2015 г. по икономически сектори (в % от общата им стойност)

В Таблицы 6 и 7 са илюстрирани развитието на обема на венчърното финансиране и броя на компаниите, които са го получили в България през периода от влизането на страната в Европейския съюз през 2007 година до края на 2015 година²⁹.

Таблица 6. Динамика на обема на венчърното финансиране в България през периода 2007-2015 г. (в хил. EUR)

| Години | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|-----------|--------------|--------------|--------------|
| Етап на посев | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 178 | 0 |
| Стартов етап | 0 | 3 771 | 1 600 | 1 328 | 100 | 88 | 4 718 | 758 | 1 100 |
| По-късни етапи | 3 322 | 4 548 | 2 437 | 0 | 324 | 0 | 380 | 397 | 0 |
| Общо: | 3 322 | 8 319 | 4 037 | 1 328 | 424 | 88 | 5 098 | 2 333 | 1 100 |

²⁸ Вж.: National Venture Capital Association 2016 Yearbook, Thomson Reuters, 2016, p. 13.

²⁹ Вж. по-подр.: European Private Equity Activity Data 2007-2015, Invest Europe Research, 6 May 2016, информацията е достъпна на интернет адрес: http://www.investeurope.eu/media/477249/2007-2015-dataset-europe-country-tables-public-version_final.xlsx

Най-висока стойност то отбелязва през 2008 година, когато достига до 8319 хил. EUR, а най-ниска е била стойността на венчърното финансиране у нас през 2012 година – едва 88 хил. EUR. Прави впечатление фактът, че венчърно финансиране през етапа на посев е привлечено единствено през 2014 година, като по-често то се използва за финансиране на стартиращ бизнес и за финансиране на по-късните етапи от развитието на иновативните компании (виж таблица №3).

Таблица 7. Брой компании, получили венчърно финансиране в България през периода 2007-2015 г.

| Години | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Етап на посев | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Стартов етап | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 |
| По-късни етапи | 1 | 3 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 |
| Общо: | 1 | 7 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 1 |

Броят на компаниите, получили венчърно финансиране у нас, отново е най-висок през 2008 година – 7 на брой (от които 4 стартиращи и 3 на по-късен етап от развитието си). През 2007 и през 2015 година само по една компания, оперираща в България, е получила венчърно финансиране, което говори за наличието на прекомерно висок инвестиционен риск, за липсата на достатъчен интерес от страна на венчърните фондове поради лошия бизнес климат у нас или за подобрите алтернативи, съществуващи в други държави от нашия регион.

ОСОБЕНОСТИ НА ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА РАСТЕЖА НА БИЗНЕСА

След като дадена компания премине през етапа на посев и през стартовия етап от своето развитие, нейният бизнес продължава да се разраства. За целта е необходимо компанията да привлече допълнително, по-голямо като размер финансиране. Ролята на бизнес ангелите вече е отминала, венчърното финансиране може да се използва още известно време, но то не е достатъчно като обем, за да задоволи постоянно нарастващите нужди на иновативната компания, която се развива с много високи темпове. От друга страна, тя вече има известна история и разполага с работещи активи, които ѝ носят доходи и които могат да бъдат използвани като обезпечение срещу ползване на дългово (заемно) финансиране.

Дългово финансиране

При дълговото проектно финансиране може да се използва банков или друг вид кредит, като се подписва договор между кредитора и кредитополучателя. Обикновено на проектната компания се предоставя gratuitен период на издължаване на кредита, който съвпада с инвестиционната фаза на реализацията на проекта плюс срока, необходим за натрупване на първото погашение по главницата. На нея често се предлагат и преференциални лихвени проценти, ако генерираните от проекта парични потоци не са достатъчно високи. Погасителните вноски могат да бъдат анюитетни, но това не винаги е възможно.

Лихвеният процент може да е договорен като *специален лихвен процент (dedicated interest rate)*, който се определя като фиксирана величина спрямо приходите от продажби или входящите парични потоци на проектната компания. Кредитиращата институция може да договори и т.нар. *роялти (royalty)*. Това не е банков лихвен процент, а е процент на участие в печалбата на проектната компания, който постъпва по сметка на кредитора за определен срок (например за срока на действие на лиценза за добиване на дадени полезни изкопаеми или метали, или за срока на действие на даден концесионен договор). Възможно е в кредитния договор да бъде включена клауза, според която кредитополучателят да плаща само лихва върху получената сума, а след изтичането на срока на заема главницата да бъде конвертирана в акции. В този случай става въпрос за предоставяне на т.нар. *конвертируем необезпечен фондов заем (convertible unsecured loan stock)*³⁰.

Лихвеният процент може да се различава като размер и в зависимост от *фазите на инвестиционния процес*, през които е отпуснат кредита. Тези фази са следните: прединвестиционна, инвестиционна и експлоатационна.

През **прединвестиционната фаза** на инвестиционното проектиране се извършва разработване на инвестиционния проект, провеждат се предварителни технико-икономически изследвания, водят се преговори с потенциални инвеститори, избират се доставчици на суровини и материали, както и на машини, съоръжения и

³⁰ Вж. по-подр.: Никонова, И. А., А. Л. Смирнов, Проектно финансиране в России. Проблемы и направления развития, Издателство „Консалтбанкир“, Москва, 2016, с. 67-68.

оборудване. Прединвестиционната фаза се състои от редица етапи, най-важните от които са следните³¹:

- формулиране и обосноваване целта на проекта;
- разработване на технико-икономическа обосновка;
- съставяне на бизнесплан;
- избор на проектантска фирма и сключване на договор с нея за разработването на проекта;
- разработване на проектно-сметната документация;
- получаване на разрешение за реализирането на инвестиционния проект.

През прединвестиционната фаза финансирането се извършва най-често със собствени средства на предприемача, както и чрез привличане на финансови ресурси от бизнес ангели или от венчърни фондове. На практика не се ползва заемно финансиране.

През **инвестиционната фаза** се извършва фактическата реализация на инвестиционния проект. По-конкретно през нея се изграждат производствената площадка и производствените помещения, доставя се и се монтира оборудването, подбира се необходимия персонал, провежда се рекламна кампания и т.н. През тази фаза се формират дълготрайните активи на компанията, като за целта могат да се изразходват значителни заемни финансови ресурси. В инвестиционната фаза на проекта се включват:

- планирането на строително-ремонтните дейности и възлагането им на фирма изпълнител;
- сключването на договор за доставка и монтиране на поръчаните машини, съоръжения и оборудване;
- подборът и обучението на необходимия персонал;
- производството на опитни образци;
- достигането на проектната мощност;
- сключването на договор за реализация на готовата продукция.

През **експлоатационната фаза** компанията започва да произвежда определени количества готова продукция или да оказва определени услуги. С постъпленията от тяхната реализация тя започва да покрива своите инвестиционни разходи и да погасява получените заеми. Колкото по-продължително се използва инвестиционният обект, толкова по-голяма ще бъде величината на реализираните от него

³¹ Вж. напр.: Меншенина, А. В., Инвестиции: Конспект лекций, Издателство ОмГУ, Омск, 2005, с. 17-20.

приходи. В рамките на експлоатационната фаза на проекта се осъществява:

- планирането на очакваните резултати;
- оценката на получените резултати;
- обезпечаването на ритмичността на производството;
- осигуряването на реализацията на продукцията;
- влагането на допълнителни финансови ресурси с цел повишаване ефективността на технологичния процес или разширяване капацитета на производството.

Договореният лихвен процент може да бъде по-висок по време на дълговото финансиране на инвестиционната фаза и по-нисък при финансирането на експлоатационната фаза на инвестиционния процес, което съответства на различната степен на проектния риск през съответните фази.

Разходите по финансирането се увеличават допълнително, ако проектът е крупен и се сключи договор за предоставянето на консорциален банков кредит. Проектната компания трябва да плати на банката организатор освен договорената лихва и допълнителна *такса за организация и акумулиране на финансирането (arrangement fee)*, която се колебае в диапазона от 0,7% до 1% от сумата на консорциалния кредит. Заплаща се и *такса за управление на банковия консорциум (management fee)*, която варира между 0,2% и 0,4% от сумата на заема, както и *такса за ангажимент (commitment fee)*. Банката агент по обслужването на кредита получава *такса за извършени агентски услуги по платежните операции (agent fee)*³². Банката организатор получава освен това *комисиона за комплексния анализ и оценка на проекта*.

В Таблица 8 са посочени десетте най-големи водещи банки-аранжори в света по обем на предоставените заеми за финансиране на разнообразни инвестиционни проекти през 2015 година. Тези банки-аранжори са акумулирали и предоставили през 2015 година заемен финансов ресурс на обща стойност 96864,2 млн. USD или 34,8% от обема на глобалното дългово проектно финансиране. От друга страна те са участвали в кредитирането на 777 различни инвестиционни проекта, реализирани по целия свят.

³² Относно разновидностите на банковите такси при проектното финансиране вж. подр.: Gatti, S., *Project Finance in Theory and Practice: Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects*, 2nd Edition, Academic Press, 2013, pp.183-188.

Таблица 8. Топ 10 на водещите банки аранжори в света през 2015 г.³³

| | Глобални водещи банки-аранжори | сума (в млн. USD) | % от общия обем | брой сделки |
|----|--------------------------------|-------------------|-----------------|-------------|
| 1 | Mitsubishi UFJ | 16126,8 | 5,8% | 143 |
| 2 | SMBC | 12831,7 | 4,6% | 108 |
| 3 | Bank of Taiwan | 12052,9 | 4,3% | 1 |
| 4 | State Bank of India | 10854,6 | 3,9% | 30 |
| 5 | Mizuho Financial Group | 8730,3 | 3,1% | 79 |
| 6 | Credit Agricole CIB | 8285,5 | 3,0% | 90 |
| 7 | ING | 7851,6 | 2,8% | 89 |
| 8 | Santander | 6879,3 | 2,5% | 91 |
| 9 | BNP Paribas | 6683,1 | 2,4% | 76 |
| 10 | Societe Generale | 6568,4 | 2,4% | 70 |
| | Общо: | 96864,2 | 34,8% | 777 |

Ако се направи преглед кои държави са получили най-голям стойностен обем от глобалното дългово проектно финансиране през 2015 година, прави впечатление, че сред тях се открояват САЩ с реализирани 140 проекта на стойност 56535,1 млн. USD, Австралия с реализирани 49 сделки на обща стойност 25569,1 млн. USD и Великобритания с привлечено заемно финансиране по 56 различни проекта, възлизащо на 19699,3 млн. USD.

Информация за стойността на финансираните чрез заемен капитал проекти по отделни държави през 2015 година може да се получи от Таблица 9. В нея са посочени само първите 20 от тях в света, като България заема 66-то място от общо 81 държави с един проект на стойност 150 млн. USD, разработен у нас от канадската компания *Dundee Precious Metals Inc*, финансиран чрез консорциум от пет банки. Проектното финансиране е осигурено от банките *BNP Paribas*, *Raiffeisen Bank International*, *CIBC*, *RBC Capital Markets* и *UniCredit*, всяка една от които участва в консорциума с равен дял от по 30 млн. USD.

³³ Данните са ползвани от годишното издание на *International Financing Review PFI Financial League Tables* за 2015 година и са достъпни на интернет адрес: <http://www.ifre.com/?&m=0&src=http://www.ifre.com/hybrid.asp?typecode=68&pubcode=1&navcode=386>

Таблица 9. Топ 20 на държавите по обем на полученото дългово проектно финансиране през 2015 г.³⁴

| № | Държава | сума в млн. USD | № | Държава | сума в млн. USD |
|----|------------------|-----------------|----|------------|-----------------|
| 1 | САЩ | 56535,1 | 11 | Мексико | 7910,8 |
| 2 | Австралия | 25569,1 | 12 | Германия | 7830,9 |
| 3 | Великобритания | 19699,3 | 13 | Испания | 7403,1 |
| 4 | Индия | 16675,7 | 14 | Швеция | 5803,5 |
| 5 | Саудитска Арабия | 13077,5 | 15 | Южна Корея | 4605,5 |
| 6 | Тайван | 12052,9 | 16 | Монголия | 4407,0 |
| 7 | Турция | 10094,5 | 17 | Нигерия | 4242,1 |
| 8 | Франция | 9783,7 | 18 | Чили | 3373,0 |
| 9 | Бразилия | 9436,5 | 19 | Япония | 3263,9 |
| 10 | Канада | 8901,4 | 20 | Филипини | 3173,2 |

Обезпеченията, които се използват най-често при дълговото проектно финансиране, с цел да се гарантира изплащането на кредита към банката (банките от консорциума), могат да бъдат следните:

- съществуващите и създаващите се активи на проекта;
- банковите гаранции;
- ескроу сметките;
- преотстъпването на част от приходите от реализацията на иновативния продукт;
- различните форми на държавна подкрепа (резервни кредити, подчинен срочен дълг, държавни гаранции по основния кредит).

Задължителен компонент, който се включва към условията за получаване на дългово финансиране, са т. нар. **ковенанти (covenants)**. В кредитните отношения ковенантите са специфични условия, съдържащи се в договора за кредит, според които длъжникът поема определени задължения, че той или свързани с него лица ще извършат определени действия (позитивни ковенанти) или ще се въздържат от тяхното осъществяване (негативни ковенанти)³⁵. Освен тях се използват и финансови ковенанти, чрез които кредиторът контролира изпълнението на финансовите задължения по кредитния договор³⁶. Такива могат да бъдат определени от банката стойности на

³⁴ Пак там.

³⁵ Вж. по-подр.: Гербич, Л. А., Кредитные ковенанты в договорах ипотечного кредитования, в: „Иновационное развитие экономики: предпринимательство, образование, наука“, сб. науч. ст., Минск, 2015, с. 44.

³⁶ Fight, A., Introduction to Project Finance, Elsevier/Butterworth-Heinemann, Oxford, 2006, pp. 98-101.

коэффициентите на обща ликвидност (*current ratio*) и на бърза ликвидност (*quick ratio*), на коефициента на дълга (*debt-to-net worth ratio*), на коефициента на покритие на годишните плащания по дълга с годишните приходи преди плащането на лихвите и данъците (*annual cash flow before interest and taxes/ (interest + principal payments)*) и др.

Чрез използването на ковенанти при дълговото проектно финансиране се гарантира³⁷:

- понижаването на риска, свързан с обезпечението по кредита;
- целевото използване на кредита;
- осигуряването на контрол върху движението на паричните потоци на кредитополучателя;
- намаляването на риска от изпадане на кредитополучателя в неплатежоспособност;
- възмездяването на загубите, породени от нарушаване на платежната дисциплина на кредитополучателя.

Ако ковенантите, включени в договора за кредит, не се изпълняват, кредитиращата банка може да наложи на кредитополучателя различни санкции. Така например ако имуществото, използвано като обезпечение по кредита, се повреди или унищожи, ако се понижи неговата ликвидност или се влоши финансовото състояние на длъжника, кредиторът може да изиска допълнително обезпечение по кредитната сделка. Ако длъжникът забави плащанията по погасителните вноски, банката може да му начисли по-висока наказателна лихва за периода на просрочието. Ако кредитът не се използва по предназначение или се нарушат изискванията по сключения договор за ипотека, кредитната институция може да изиска от длъжника предсрочно издължаване на главницата по кредита.

В случай че длъжникът изпълнява стриктно своите задължения по договора за кредит, въведе предсрочно в експлоатация инвестиционния обект или подобри съществено финансовото си състояние, банката може да го поощри, като най-често понижава величината на лихвения процент по ипотечния кредит или удължава срока за неговото изплащане.

Банката осъществява постоянен мониторинг върху изпълнението на условията по кредитния договор, но в практиката на проектното финансиране се налага привличането на специализирана надзорна компания, която да извършва комплексен контрол и надзор

³⁷ Гербич, Л. А., Цит. съч., с. 45.

не само върху финансовата, но и върху инженеринговата, производствената и маркетинговата дейност на проектната компания.

Мецанин финансиране

Мецанин финансирането (*mezzanine financing*) е симбиоза между дългово финансиране (*debt financing*) и финансиране чрез собствен капитал (*equity financing*). Специфично за предоставеното на проектната компания мецанин финансиране е, че то се осигурява от небанкови финансови институции, като застрахователни компании, пенсионни фондове, хедж фондове или инвестиционни дружества, когато има разминаване между сумите, които са склонни да предоставят старшите кредитори и общата сума, необходима за финансирането на проекта. Недостигът на финансиране може да се осигури и под формата на допълнителен собствен капитал, с цел да се постигне по-ниска среднопретеглена цена на капитала и оттам по-конкурентен продукт, предлаган от проектната компания. Мецанин финансирането е по-скъпо от дълговото, но по-евтино от финансирането чрез собствен капитал³⁸.

Мецанин кредитът (*mezzanine loan*) е хибриден финансов инструмент между банковия заем и дяловото участие, чийто падеж е между 3 и 7 години. Изплащането на главницата се извършва еднократно на падежа. Чрез него инициаторите на проекта могат да увеличат съществено инвестираните в него финансови ресурси, без да разполагат със значителен собствен капитал. Кредиторите предпочитат да предоставят мецанин кредити на компании с висок потенциал за растеж. Те са и своеобразни инвеститори в проектната компания, като при определени условия могат да се превърнат и в нейни собственици.

Инвеститорите в мецанин кредити получават периодично (веднъж на тримесечие или на шестмесечие) фиксирано или променливо договорно лихвено плащане, изчислено на базата на остатъчната стойност на дълга (*cash pay*). Те получават освен това допълнителна лихва, която се капитализира и се изплаща еднократно на датата на падежа (*payment in kind – PIK*). Възвръщаемостта на инвеститорите в мецанин кредити се повишава и от възможността им да участват в увеличаването на собствения капитал на проектната компания чрез използване на варанти, конверсии или опции (*equity kickers*)³⁹.

³⁸ Петрикова, Е. М., Мезонинный кредит как альтернатива проектного финансирования инвестиционных проектов, сп. „Финансы и кредит“, №28, 2013, с. 40; Йескомб, Э. Р., Цит. съч., с. 42-43.

³⁹ Петрикова, Е. М., Цит. съч., с. 42.

Съвкупността от тези три компонента на доходността на мецанин кредита формира общата му възвръщаемост, която се колебае в твърде широки граници – от 13% до 25%.

Мецанин финансирането се използва най-често от компании с висок марж на печалбата в следните *направления*:

- за допълнителното им разрастване чрез реализация на нови проекти;
- за завоюването на нови пазари;
- за изкупуване на контролния пакет от акциите на компанията от страна на нейните мениджъри (Management Buyout – MBO);
- за изкупуване на контролния пакет от акциите на друга компания чрез дългово финансиране (Leveraged Buyout – LBO);
- за оптимизиране на капиталовата им структура;
- за промяна на стратегията за развитие на бизнеса.

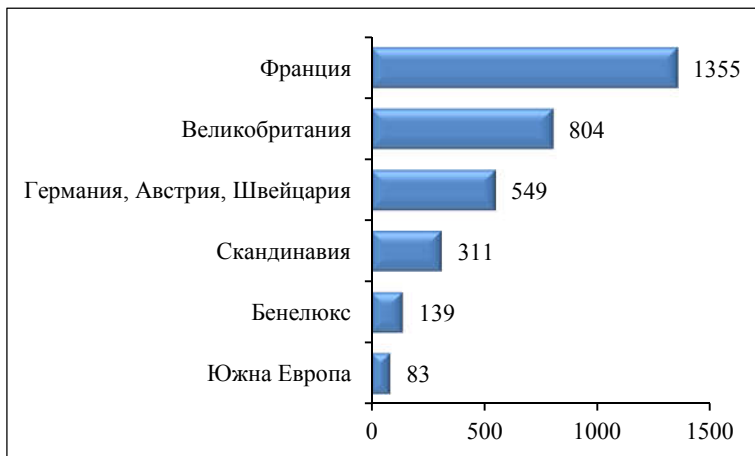
Според данни на *Idinvest Partners* представени във Фигура 7 пазарът на мецанин дълг, чрез който се финансират различни сделки в Европа, е най-развит във Франция, където средногодишният обем на сделките през периода 2011-2013 година възлиза на 1355 млн. EUR. Сравнително висок обем сделки се сключват и във Великобритания (804 млн. EUR), както и в Германия, Австрия и Швейцария (549 млн. EUR). П-слабо застъпено е финансирането с мецанин дълг в Скандинавските държави, Бенелюкс и Южна Европа с обем от 311 млн. EUR, респективно 139 млн. EUR и 83 млн. EUR средногодишно за периода⁴⁰.

За разлика от Европа, където през последните години обемът на сделките, финансирани с мецанин дълг не е толкова голям и няма ясна посока за тяхното трайно изменение към повишение или намаление, данните, представени в следващата фигура, илюстрират ярко изразена тенденция към позитивно изменение на обема на мецанин финансирането в САЩ (виж Фиг. 8)⁴¹.

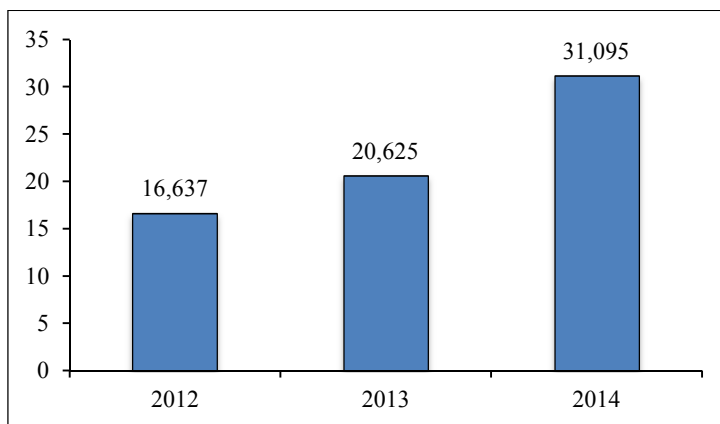
От нея е видно, че мецанин финансирането нараства почти двойно за посочения тригодишен период, като от 16,637 млрд. USD през 2012 година се увеличава до 20,625 млрд. USD през 2013 година, а през 2014 година отбелязва истински бум и достига до рекордните 31,095 млрд. USD.

⁴⁰ Вж. напр.: Mezzanine Debt Market in Europe: Analysis of Supply and Demand, Idinvest Partners, Paris, 2014, информацията е достъпна на интернет адрес: http://www.idinvest.com/file_bdd/dynamic_content/file_pdf_pdf_en/publications_10.pdf

⁴¹ Вж.: Jeon, S. H. Mezzanine Financing in US Real Estate and Korean Institutional Investors, MIT, 2015, p.14; източникът е достъпен на интернет адрес: <http://hdl.handle.net/1721.1/97961>



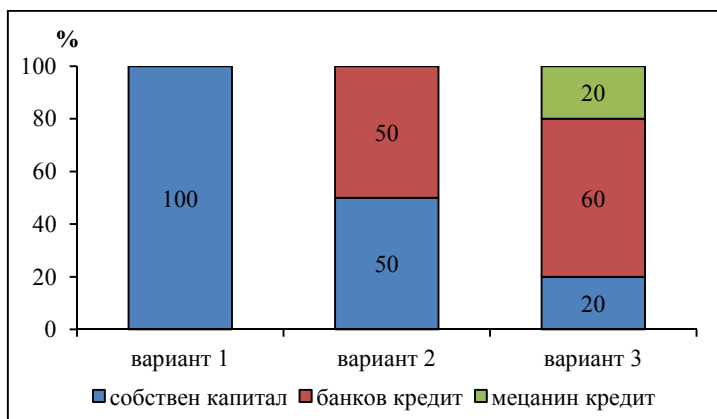
Фиг. 7. Средногодишен обем на сделките, финансирани с мецанин дълг в Европа, през периода 2011-2013 г. (в млн. EUR)



Фиг. 8. Обем на мецанин финансирането в САЩ през периода 2012-2014 г. (в млрд. USD)

На Фигура 9 са изобразени три различни варианта на структуриране на капитала на дадена компания. При първия вариант компанията се финансира изцяло със собствени капитали, при втория вариант делът на собствения капитал е 50%, а делът на финансирането чрез банков кредит също е 50%, докато при третия вариант компанията привлича мецанин кредит, който възлиза на 20% от стойността на

нейния капитал, делът на банковия кредит е 60%, а този на собствения капитал – 20%⁴².



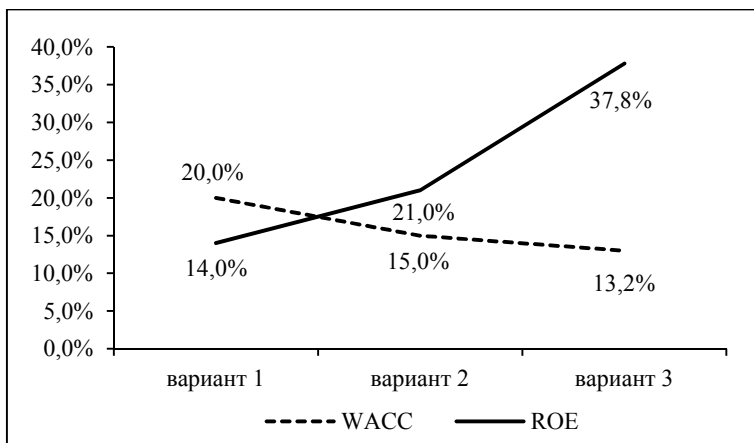
Фиг. 9. Варианти на капиталова структура на компанията

Ако допуснем, че възвръщаемостта на собствения капитал е 20%, лихвения процент по банковия кредит е 10%, а „цената“, по която компанията привлича мецинин кредита е 16%, за всеки един от вариантите може да се изчисли каква е среднопретеглената цена на капитала на компанията (*WACC*), както и каква е рентабилността на нейния собствен капитал (*ROE*). Техните величини са посочени на Фигура 10. Очевидно е, че среднопретеглената цена на капитала се понижава, а рентабилността на собствения капитал се увеличава с привличането на все по-голям дял дългово (банково и мецинин) финансиране за сметка на понижаване дела на собствения капитал. Тази зависимост е известна като *ефект на финансовия ливъридж* и се проявява тогава, когато „цената“ на дълга е по-ниска от възвръщаемостта на активите на компанията⁴³.

В развитите пазарни икономики мецинин финансирането се използва широко за финансиране развитието на малките и средни предприятия с добри перспективи за растеж, но у нас то е познато отскоро и тепърва ще набира популярност.

⁴² Вж.: Ованесова, Ю. С., Мезонинное финансирование как новое направление для России, сп. „Управленческий учет и финансы“, №4, 2015, с. 287-288.

⁴³ Вж. по-подр.: Кръстев, Б., Г. Георгиев, Корпоративни финанси, Издателство „Авангард принт“, Русе, 2013, с. 94-96.



Фиг. 10. Варианти на среднопотеглената цена на капитала и рентабилността на собствения капитал

През 2014 година в България е учреден **мечанин фонд**, който разполага с финансов ресурс от 60 млн. EUR, като 50% от средствата са предоставени по инициативата JEREMIE, а останалите 50% са собственост на частни инвеститори. Мечанин фондът инвестира в малки и средни компании, които имат годишни приходи между 5 млн. EUR и 50 млн. EUR. Един проект може да получи финансиране на стойност между 2 млн. EUR и 5 млн. EUR. Предвижда се този фонд да подпомогне финансово развитието на десетки български компании, като разшири пазарните им позиции, оптимизира капиталовата им структура и повиши значително тяхната конкурентоспособност.

ПРОЕКТНО ФИНАНСИРАНЕ ЧРЕЗ ЕМИСИЯ НА ОБЛИГАЦИОННИ ЗАЕМИ

Изграждането на конкретен инвестиционен проект може да се реализира и чрез емитирането на облигационен заем от страна на специалната проектна компания. Обикновено това става чрез емисия на **проектни облигации без право на регрес (non recourse project bonds)**⁴⁴. При тях изплащането на лихвения доход се гарантира от бъдещите парични потоци, генерирани от проекта, срокът им до падежа съответства на срока на реализацията на проекта, като за допълнително обезпечение могат да се използват държавни, общински или банкови гаранции, залог на права по проектните договори,

⁴⁴ Вж.: Никонова, И. А., А. Л. Смирнов, Проектно финансиране в России. Проблемы и направления развития, Издателство „Консалтбанкир“, Москва, 2016, с. 65-66.

застраховане на финансовите рискове и др. Купувачи на тези облигации са търговски банки, застрахователни дружества, пенсионни фондове, хедж фондове и други институционални инвеститори. Привлечените парични средства се използват целево от проектната компания или от концесионера (ако проектът се реализира при условията на публично-частно партньорство).

Изграждането на различни инфраструктурни обекти (свързани най-често със строителство на летища, пътища, ж.п. линии, мостове, тунели, паркинги и др.) може да се финансира и чрез емисия на **общински инфраструктурни облигации (municipal bonds)**. В САЩ те се разделят на два основни вида⁴⁵:

- *облигации с общо обезпечение (general obligation bonds);*
- *приходни облигации (revenue bonds).*

Плащанията по лихвите и главницата на облигациите с общо обезпечение са гарантирани от всички приходи, постъпващи в общинските бюджети (включително от местни данъци и такси). За разлика от тях плащанията към облигационерите, притежаващи приходни облигации, са обезпечени единствено от постъпленията от даден проект, към който е насочено финансирането, получено при тяхното пласиране.

Емисията на облигации се осъществява от търговска банка или лицензиран инвестиционен посредник. Ако размерът на облигационния заем е прекалено голям, може да се формира консорциум от банки и/или инвестиционни посредници. При регистрацията на емисията облигации на първичния пазар при условията на първично публично предлагане у нас се подава заявление за регистрация. Към него се прилагат всички необходими документи съгласно Правилника за дейността на БФБ – София АД⁴⁶. В определени случаи емисията от облигации може да се реализира при условията на частно предлагане.

Целта на проектната компания е да си осигури достатъчно като обем и достъпно като цена заемно финансиране от разнообразни инвеститори, което се явява алтернативна форма на банковото кредитиране. В Таблица 10 са посочени данни за обема на

⁴⁵ Вж.: Стоилова, Д., Анализ и оценка на кредитоспособността на българските общини посредством кредитен скоринг, сп. „Икономика и управление“, бр. 3, 2006, Благоевград, с. 9-10; Цвирко, С. Э., Инфраструктурные облигации: Возможности применения и риски, Вестник ТГУ, выпуск 3 (83), 2010, с. 71-76.

⁴⁶ Вж. подр.: Правилник за дейността на Българска фондова борса – София АД, Част III, чл. 23.

финансираните чрез облигационни заеми проекти в глобален аспект по отделни икономически сектори.

Таблица 10. Обем на финансираните чрез емисия на облигации проекти в света по сектори през периода 2011-2015 г. (в млн. USD)⁴⁷

| Икономически сектори | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Енергетика | 5 448 | 7 108 | 9 099 | 10 950 | 15 409 |
| Инфраструктура | 6 033 | 9 796 | 18 884 | 18 097 | 14 507 |
| Добив на нефт и газ | 5 148 | 5 905 | 15 315 | 18 155 | 2 975 |
| Социална инфраструктура | 5 315 | 961 | 2 643 | 1 467 | 2 265 |
| Минна индустрия | 335 | 174 | - | - | - |
| Телекомуникации | - | - | 114 | 225 | 394 |
| Нефтохимия | - | 183 | 3 200 | 1 438 | 210 |
| Общо: | 22 279 | 24 127 | 49 255 | 50 332 | 35 760 |

Таблица 11. Топ 10 на водещите банки-мениджъри в света през 2015 г.⁴⁸

| | Глобални водещи банки-мениджъри | сума (в млн. USD) | % от общия обем | брой сделки |
|----|---------------------------------|-------------------|-----------------|-------------|
| 1 | HSBC | 2 534 | 7,09% | 9 |
| 2 | Royal Bank of Canada | 2 119 | 5,93% | 12 |
| 3 | Citigroup | 1 832 | 5,12% | 13 |
| 4 | Morgan Stanley | 1 735 | 4,85% | 7 |
| 5 | Credit Agricole | 1 690 | 4,73% | 10 |
| 6 | Barclays | 1 410 | 3,94% | 10 |
| 7 | Bank of America Merrill Lynch | 1 367 | 3,82% | 8 |
| 8 | Scotia | 1 366 | 3,82% | 8 |
| 9 | Societe Generale | 1 222 | 3,42% | 6 |
| 10 | Jefferies | 1 067 | 2,98% | 1 |
| | Общо: | 16 342 | 45,70% | 84 |

Прави впечатление, че тяхната стойност нараства през периода 2011-2014 година, след което следва рязък спад. Секторът, отчетел най-значимо намаление на обема на финансирането чрез емисия облигации през 2015 година, е добивът на нефт и газ. Причините за това са намалелите пазарни цени на тези два основни енергийни източника, които правят разработването на нови находища за техния добив крайно неефективни от гледна точка на инвеститорите в проектни облигации.

⁴⁷ Данните са ползвани от годишните издания на International Financing Review *PFI Financial League Tables* за периода 2011-2015 година и са достъпни на интернет адрес:

<http://www.ifre.com/?&m=0&src=http://www.ifre.com/hybrid.asp?typecode=68&pubcode=1&navcode=386>

⁴⁸ Пак там.

За сметка на това финансирането на проекти чрез емисията на облигационни заеми в енергетиката нараства устойчиво, основно поради увеличаването на обема на инвестициите във възобновяеми енергийни източници.

Десетте водещи банки мениджъри в света, които играят ролята на инвестиционни посредници при акумулирането на заеман капитал чрез емитиране на облигации, предназначени за финансиране на инвестиционни проекти през 2015 година, са посочени в Таблица 11. Те са набрали 16342 млн. USD заемно проектно финансиране, което съответства на 45,70% от общата му стойност през 2015 година, като броят на реализираните от тях сделки възлиза на 84. Средният размер на една облигационна емисия е 194,55 млн. USD.

Въз основа на данните, съдържащи в Таблица 12, могат да се очертаят тенденциите в изменението на обема на привлеченото чрез емисия на облигации проектно финансиране в света по отделни региони през периода 2011-2015 година. От тях може да се направи заключението, че през анализирания период най-голям обем облигационни заеми са използвани за финансирането на инвестиционни проекти в Северна Америка – 65041 млн. USD, като тенденцията е към непрекъснато им увеличение. На следващите места се нареждат Европа с 53871 млн. USD и Латинска Америка с 36336 млн. USD.

Таблица 12. Обем на финансираните чрез емисия на облигации проекти в света по региони през периода 2011-2015 г. (в млн. USD)⁴⁹

| Региони | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | Общо за периода |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| Северна Америка | 8 395 | 9 187 | 15 570 | 15 621 | 16 268 | 65 041 |
| Европа | 5 432 | 2 642 | 16 773 | 18 276 | 10 748 | 53 871 |
| Латинска Америка | 4 825 | 7 872 | 10 993 | 9 186 | 3 460 | 36 336 |
| Азия | 1 615 | 2 952 | 1 042 | 1 686 | 4 135 | 11 430 |
| Среден Изток и Африка | 999 | 1 474 | 2 933 | 2 298 | 0 | 7 704 |
| Австралия | 1 013 | 0 | 1 944 | 3 265 | 1 149 | 7 371 |
| Общо: | 22 279 | 24 127 | 49 255 | 50 332 | 35 760 | 181 753 |

⁴⁹ Данните са ползвани от годишните издания на International Financing Review *PFI Financial League Tables* за периода 2011-2015г., достъпни на интернет адрес: <http://www.ifre.com/?&m=0&src=http://www.ifre.com/hybrid.asp?typecode=68&pubcode=1&navcode=386>

Таблица 13. Емисии на общински облигации в България⁵⁰

| Община | Емисия | Падеж | Номинал | Обем | Купон | Цел на заема |
|--------------|------------|------------|----------|----------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| София | 03.06.1999 | 03.06.2002 | 1000 EUR | 50 000 000 EUR | 9,75% | Строителство, реконструкция и рехабилитация на пътната мрежа |
| Свищов | 22.11.1999 | 23.11.2006 | 10 BGN | 371 510 BGN | ОЛП + 3,00% | Подмяна на водопроводната мрежа, разкриване на нови водоизточници |
| Варна | 24.10.2002 | 24.10.2005 | 1000 EUR | 3 000 000 EUR | 9,00% | Реконструкция и модернизация на улично осветление и пътна инфраструктура, основен ремонт на обекти в сферите образование и култура |
| Сливен | 04.12.2002 | 04.12.2005 | 1000 BGN | 3 000 000 BGN | 9,00% | Реконструкция на градските хали или изграждане на общински пазари |
| Дупница | 15.04.2003 | 15.04.2007 | 75 BGN | 1 320 000 BGN | 9,00% | Реконструкция и модернизация на пътната мрежа |
| Добрич | 03.06.2004 | 03.06.2009 | 1000 EUR | 2 600 000 EUR | 6,75% | Реконструкция и рехабилитация на пътната мрежа |
| Шумен | 14.02.2005 | 14.02.2010 | 1000 BGN | 4 000 000 BGN | 8,70% | Строителство на нови улици, реконструкция и рехабилитация на пътната мрежа |
| Стара Загора | 31.05.2005 | 31.05.2015 | 1000 BGN | 5 000 000 BGN | 6,00% | Инфраструктурни подобрения |
| Пловдив | 21.08.2006 | 21.08.2021 | 1 EUR | 25 564 594 EUR | 2,875% | Управление на публичната инфраструктура |
| Пазарджик | 31.03.2009 | 31.03.2019 | 1000 EUR | 7 500 000 EUR | 1-3г.-7,25% 4-10г.-6 м. EURIBOR + 4,00% | Ремонт и реконструкция на улици и подземни съоръжения |
| Каварна | 08.05.2009 | 08.05.2019 | 1000 EUR | 3 000 000 EUR | 6 м. EURIBOR + max 4,00% | Изграждане на инфраструктурни обекти |
| Свиленград | 15.06.2010 | 15.06.2020 | 1000 EUR | 2 812 000 EUR | 7,50% | Основен ремонт на водопровод в централна градска част |
| Варна | 30.06.2010 | 30.06.2020 | 1000 EUR | 6 000 000 EUR | 6 м. EURIBOR + 4,45% | Инвестиции в инфраструктурни проекти |
| Шумен | 01.03.2011 | 01.03.2022 | 1000 EUR | 7 670 000 EUR | 4,40% | Социални и инфраструктурни инвестиции |
| Несебър | 09.07.2012 | 09.07.2017 | 1000 BGN | 9 250 000 BGN | 3 м. SOFIBOR + надбавка (max 7%) | Инвестиции в социални и инфраструктурни обекти |
| Варна | 28.07.2015 | 28.07.2025 | 1000 BGN | 15 000 000 BGN | max 4,40% | Изграждане на детски и спортни площадки |
| Сливен | 27.05.2016 | 27.05.2031 | 1000 BGN | 25 000 000 BGN | 6 м. SOFIBOR + 2,10% (max 5%) | Капиталови разходи и погасяване на съществуващи задължения |
| Пещера | 24.06.2016 | 24.06.2028 | 1000 BGN | 4 000 000 BGN | 6 м. SOFIBOR + 2,40% | Погасяване на съществуващи задължения и закупуване на обект Родопски светлини |
| Дупница | 25.07.2016 | 25.07.2024 | 1000 BGN | 4 740 000 BGN | 3 м. SOFIBOR + max 3,10% | Рефинансиране на съществуващ общински дълг |
| Кюстендил | 26.08.2016 | 26.08.2026 | 1000 BGN | 9 516 000 BGN | 3 м. SOFIBOR + 1,50% | Рефинансиране на общинска облигационна емисия |

⁵⁰ Вж. напр.: Стоилова, Д., Проблеми на общинското облигационно финансиране в България, сп. „Управление и устойчиво развитие“, бр. 1-2, 2006, София, с. 396-398; Централен депозитар, БФБ – София АД.

Проектното финансиране чрез емисия на облигации е било значително по-слабо застъпено в регионите на Азия, Средния Изток и Африка и Австралия, където общата му стойност през периода 2011-2015 година е възлизала на 11430 млн. USD, респективно 7704 млн. USD и 7371 млн. USD.

В България финансирането на публични проекти чрез емисия на облигации намира практическо приложение в редица общини. През последните години някои от тях са пласирали облигационни заеми, като са ползвали привлеченото заемно финансиране за изграждане на различни инфраструктурни обекти на своя територия, свързани предимно със строителството, реконструкцията и рехабилитацията на пътната мрежа, подмяната на част от водопроводната мрежа, модернизацията на уличното осветление, изграждането на общински пазари, детски и спортни площадки и др. Характеристиките на общинските облигационни емисии у нас са представени в Таблица 13.

Сроковете до падежа са между 3 години (за общинските облигации на София, Варна и Сливен – емисия 2002 година) и 15 години (за облигациите, емитирани от общините Пловдив и Сливен – емисия 2016 година). Валутата на облигационните заеми е BGN или EUR, а лихвеният купон е фиксиран или плаващ. Последният се формира като сума между определен базисен лихвен процент (ОЛП, SOFIBOR, EURIBOR) и рискова надбавка.

В някои случаи се договаря и максимална ставка на лихвения купон, която не може да се надхвърля (например при облигационния заем на община Несебър). Номиналът на една облигация най-често е 1000 валутни единици, а обемът на емитирания общински дълг зависи от големината на общината, дълговия ѝ капацитет и мащаба на финансираните проекти.

През следващите години броят на финансираните чрез емисия на облигации частни и публични инвестиционни проекти у нас ще нараства непрекъснато в сравнение с тези, финансирани чрез други техники, поради безспорните преимущества, които притежава този дългов финансов инструмент.

ФИНАНСИРАНЕ НА ПРОЕКТИ ЧРЕЗ ЕМИСИЯ НА АКЦИИ

Когато проектната компания е достигнала до по-късен етап на своето развитие и реши да се разраства допълнително, тя може да стане публична, като пласира акции на фондовата борса. Процесът на емитиране на акции с цел увеличаване на собствения капитал чрез привличане на нови инвеститори и превръщането на акционерната

компания в публична е известен като **първично публично предлагане (IPO)**⁵¹.

Според нормативната уредба у нас първично публично предлагане на акции е налице при условие, че то се осъществява чрез подписка или чрез първоначалната им продажба от инвестиционен посредник, като информацията за акциите е адресирана до най-малко 100 лица в произволна форма и чрез различни средства и в нея се съдържат достатъчно данни, въз основа на които инвеститорите да могат да вземат решение за записване или закупуване на тези акции⁵².

Необходимостта от осъществяване на първично публично предлагане се обуславя от различни **фактори**. Те са следните⁵³:

- потребност от привличане на значителен обем финансиране;
- недостиг или недостъпност на заемните източници на финансиране;
- необходимост от увеличаване на собствения капитал;
- възможност за финансиране на растежа на бизнеса;
- прибягването до различни форми на консолидация на бизнеса (поглъщания, сливания и др.);
- възможност за получаване на пазарна оценка на компанията;
- приключване на процеса на формиране на публичната компания.

Чрез първичното публично предлагане на акции капиталът на компанията емитент остава на нейно разположение на практика за неограничен срок, повишава се капацитетът ѝ да привлича нови инвеститори, включително облигационери и кредитори, подобрява се нейният имидж, бизнесът ѝ става по-прозрачен и по-открит. Това са своеобразни предимства, които позволяват на публичната компания да разширява пазарните си позиции и да повишава своята стойност.

Основните недостатъци на финансирането чрез емисия на акции са свързани с увеличаване на среднопретеглената цена на капитала на проектната компания и с възможността от частична загуба на контрола върху нея поради придобиване на част от акциите от новата емисия от външни инвеститори, които могат да имат различна визия за нейното бъдещо развитие в сравнение с тази на старите акционери. От друга страна може да се влоши ликвидността на компанията, тъй като част от

⁵¹ От англ.: *IPO - Initial Public Offering*.

⁵² Вж. чл. 4 и чл. 5 от Закона за публичното предлагане на ценни книжа, обн. ДВ, бр. 114 от 30 декември 1999 г. и неговите изменения и допълнения.

⁵³ Марковская, Е. И., Организация финансирования инвестиционных проектов: теория и практика, Издательство Политехнического университета, Санкт-Петербург, 2013, с. 12.

оборотните ѝ средства могат да се трансформират в дълготрайни активи при неизменна структура на пасивите. Не на последно място поради нарастването на обема на дейността и свързаните с това алтернативни разходи печалбата на единица собствен капитал може да се понижи, което води до понижаване на неговата рентабилност⁵⁴.

Процесът на първично публично предлагане на акциите протича през определени **етапи**. Те са следните⁵⁵:

• **етап на подготовка на емисията** – през него се преценява необходимостта и целесъобразността от реализацията на първичното публично предлагане. Избира се инвестиционен посредник от компанията, която ще емитира акциите. Той анализира финансовото състояние на емитента, изготвя необходимите документи за разрешаване на емисията и договаря условията, свързани с поемането на емисията и нейното пласиране;

• **етап на разрешаване на емисията** – у нас институцията, която разрешава емисията на акции, е Комисията по финансов надзор (КФН). Това става въз основа на различни документи, най-важният от които е проспектът за първично публично предлагане. Проспектът съдържа информация, чрез която инвеститорите могат да оценят точно и недвусмислено икономическото и финансовото състояние на емитента, неговите активи и пасиви, финансовите му резултати и перспективите за неговото развитие⁵⁶. След изготвянето на проспекта той, заедно с устава на дружеството, последният му одитиран годишен финансов отчет и други допълнителни документи, се подава в КФН за потвърждение. Тя се произнася по заявлението за потвърдението на проспекта в срок до 10 работни дни от получаването му, а ако емитентът не е предлагал публично акции и няма такива, допуснати до търговия на регулиран пазар, срокът се удължава на 20 работни дни⁵⁷.

След одобряването на проспекта емитентът или предложителят публикуват съобщение за публичното предлагане, в което са посочени началния и крайния срок на подписката, началния и крайния срок на продажбата, регистрационния номер на издаденото от КФН потвърждение, както и мястото, времето и начина за запознаване с проспекта. Съобщението се оповестява в търговския регистър и се публикува най-малко в два централни ежедневника и на интернет

⁵⁴ Ивасенко, А. Г., Я. И. Никонова, Инвестиции. Источники и методы финансирования, 3-е изд., перераб. и доп., Издательство „Омега-Л”, Москва, 2009, с. 93.

⁵⁵ Вж. напр.: Асенова, М. и др., Финансови пазари, Издателство „Авангард принт“, Русе, 2008, с. 164.

⁵⁶ Вж. чл. 81 от Закона за публичното предлагане на ценни книжа, обн. ДВ, бр. 114 от 30 декември 1999 г. и неговите изменения и допълнения.

⁵⁷ Пак там, чл. 91, ал. 3 и ал. 4.

страниците на емитента и на инвестиционния посредник най-малко 7 дни преди началния срок на подписката или началото на продажбата. За начало на публичното предлагане се смята датата на публикуване на съобщението⁵⁸.

След това емитентът или избраният от него инвестиционен посредник могат да публикуват проспекта в един или повече централни ежедневници, да го разпространяват безплатно на местата, където акциите се предлагат за записване или за продажба или да го публикуват на своите интернет страници, като проспектът може да бъде публикуван и на интернет страницата на регулирания пазар, на който се иска акциите да бъдат допуснати за търговия⁵⁹.

След приключването на първичното публично предлагане на акциите емитентът или инвестиционният посредник уведомяват в 7 дневен срок КФН, като ѝ предоставят информация за датата на приключването на публичното предлагане, за общия брой записани или продадени акции, за получената от тяхната продажба сума, както и за размера на комисионните възнаграждения и други разходи по публичното предлагане⁶⁰.

Когато емитентът не е в състояние да поеме и пласира емисията от акции, той сключва договор за нейното поемане с даден инвестиционен посредник.

• **етап на поемане на емисията** – в световната практика са познати различни форми на поемане на емисия от акции⁶¹:

–цялостно или частично поемане на емисията от инвестиционен посредник;

–поемане на комисионни начала;

–смесена форма на поемане.

В първия случай посредникът изкупува всички или част от акциите и поема ангажимент да ги разпространи сред широката публика, като ги продава на инвеститорите на по-висока цена от тази, по която ги е придобил. При невъзможност да ги пласира, рискът от загуба остава за негова сметка. При поемането на комисионни начала инвестиционният посредник разпространява акциите от свое име, като емитентът му заплаща определена комисиона (брокеридж). Рискът от непласиране на част от акциите се понася от емитента. При смесената

⁵⁸ Пак там, чл. 92а.

⁵⁹ Вж. чл. 20 от Наредба №2 на КФН за проспектите при публично предлагане и допускане до търговия на регулиран пазар на ценни книжа и за разкриването на информация от публичните дружества и другите емитенти на ценни книжа, обн. ДВ, бр. 90 от 10 октомври 2003 г. и нейните изменения и допълнения.

⁶⁰ Пак там, чл. 24, ал. 1.

⁶¹ Асенова, М. и др., Цит. съч., с. 167.

форма на поемане посредникът се задължава да поеме част от емисията в рамките на определен срок, като при неуспех рискът остава за сметка на емитента.

• **етап на пласиране на емисията** – пласирането на емисията от акции може да стане по три начина: чрез публична подписка, чрез свободна продажба или чрез продажба на акциите на фондовата борса⁶². През този последен етап на публичното предлагане на акциите те достигат до своя първоначален собственик и ако емисията се допусне до търговия на борсата, те могат да се прехвърлят многократно между различни инвеститори. От гледна точка на емитента при успешно приключване на емисията сумите от продажбата на акциите постъпват по набирателна сметка на дружеството в дадена банка.

Перспективите пред финансирането на инвестиционни проекти чрез емисия на акции се подобряват непрекъснато както поради повишаването на ефективността на финансовите пазари в глобален аспект, така и поради глобализацията на бизнеса. Ето защо с цел постигане на по-високи конкурентни предимства и завоюване на нови пазари увеличаването на финансовата мощ на публичните компании чрез емитиране на акции ще става все по-предпочитана форма за финансиране на тяхната предприемаческа дейност.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение могат да се направят следните изводи и обобщения:

В научната студия е извършен преглед на същността, ролята и значението на проектното финансиране във връзка с използването му за подпомагане на иновативния предприемачески бизнес през различните етапи на неговото развитие. Характеризирани са различните форми и техники на проектно финансиране и по-конкретно финансирането чрез участието на бизнес ангели, венчърното финансиране, дълговото финансиране, мецанин финансирането и финансирането на инвестиционни проекти чрез емисия на облигации и акции. Анализирани са задълбочено тенденциите в измененията на обемите и структурата на глобалното проектно финансиране и на отделни негови форми и механизми на осъществяване. Подчертана е и ролята му за развитието на предприемаческата дейност в България.

⁶² Пак там, с. 168-170.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асенова, М. и др., Финансови пазари, Издателство „Авангард принт“, Русе, 2008.
2. Валеев, Э. Р., Венчурный капитал как фактор модернизации экономики, сп. „Экономические науки“, № 12, 2011.
3. Венский, В. Л., Инновации: сущность, содержание и классификация, Веснік БДУ, Сер. 3, №2, 2008.
4. Вертакова, Ю. В., Е. С. Симоненко, Управление инновациями: теория и практика, Издательство „Эксмо“, Москва, 2008.
5. Гербич, Л. А., Кредитные ковенанты в договорах ипотечного кредитования, в: „Инновационное развитие экономики: предпринимательство, образование, наука“, сб. науч. ст., Минск, 2015.
6. Голубев, А. А., Экономика и управление инновационной деятельностью. Учебное пособие, Издательство СПбГУ ИТМО, Санкт-Петербург, 2012.
7. Городова, И. Б., Управление инновационными процессами, Издательство КемТИПП, Кемерово, 2005.
8. Грасмик, К. И., Инновации: сущность, виды, особенности управления, сп. „Качество. Инновации. Образование“, №2, 2008.
9. Ерошкин, А. М. и др., Финансирование инновационного развития: теория и практика, Издательство „Нестор-история“, Санкт-Петербург, 2012.
10. Жариков, В. В. и др., Управление инновационными процессами, Издательство ТГТУ, Тамбов, 2009.
11. Закон за публичното предлагане на ценни книжа, обн. ДВ, бр. 114 от 30 декември 1999 г..
12. Ивасенко, А. Г., Я. И. Никонова, Инвестиции. Источники и методы финансирования, 3-е изд., перераб. и доп., Издательство „Омега-Л“, Москва, 2009.
13. Йескомб, Э. Р., Принципы проектного финансирования, Издательство „Альпина Паблишер“, Москва, 2015.
14. Конарев, А., С. Константинова, Рисковият капитал и развитието на регионалните икономики, Годишник на ВУ Колеж по икономика и администрация, том VII, Издателство „Авто принт“, Пловдив, 2010.
15. Кръстев, Б., Г. Георгиев, Корпоративни финанси, Издателство „Авангард принт“, Русе, 2013.
16. Малашенкова, О. Ф., Теоретические основы международного венчурного инвестирования, в: „Беларусь и мировые экономические процессы: сборник научных статей“, Выпуск 8, БГУ, Минск, 2011.

17. Марковская, Е. И., Организация финансирования инвестиционных проектов: теория и практика, Издательство Политехнического университета, Санкт-Петербург, 2013.

18. Меншенина, А. В., Инвестиции: Конспект лекций, Издательство ОмГУ, Омск, 2005.

19. Наредба №2 на КФН за проспектите при публично предлагане и допускане до търговия на регулиран пазар на ценни книжа и за разкриването на информация от публичните дружества и другите емитенти на ценни книжа, обн. ДВ, бр. 90 от 10 октомври 2003 г.

20. Никонова, И. А., Проектный анализ и проектное финансирование, Издательство „Альпина Паблишер“, Москва, 2012.

21. Никонова, И. А., А. Л. Смирнов, Проектное финансирование в России. Проблемы и направления развития, Издательство „Консалтбанкир“, Москва, 2016.

22. Ованесова, Ю. С., Мезонинное финансирование как новое направление для России, сп. „Управленческий учет и финансы“, №4, 2015.

23. Петрикова, Е. М., Мезонинный кредит как альтернатива проектного финансирования инвестиционных проектов, сп. „Финансы и кредит“, №28, 2013.

24. Салахова, Ю. Ш., Финансовый механизм венчурного инвестирования как одного из источников финансирования инновационного процесса, Вестник Полоцкого государственного университета, серия D, № 5, 2015.

25. Степанова, В. С., Формирование системы проектного финансирования коммерческими банками, Диссертация, Хабаровск, 2004.

26. Стоилова, Д., Анализ и оценка на кредитоспособността на българските общини посредством кредитен скоринг, сп. „Икономика и управление“, бр. 3, Благоевград, 2006.

27. Стоилова, Д., Проблеми на общинското облигационно финансиране в България, сп. „Управление и устойчиво развитие“, бр. 1-2, София, 2006.

28. Финансирование инновационного развития: Сравнительный обзор опыта стран ЕЭК ООН в области финансирования предприятий на ранних этапах развития, Женева, 2007.

29. Benoit, Ph., Project Finance at the World Bank. An Overview of Policies and Instruments, World Bank Technical Paper Number 312, The World Bank, Washington, D.C., 1996.

30. Fight, A., Introduction to Project Finance, Elsevier/Butterworth-Heinemann, Oxford, 2006.

31. Gatti, S., Project Finance in Theory and Practice: Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects, 2nd Edition, Academic Press, 2013.

32. International and CB Insights: Venture Pulse, Q2'2016, Global Analysis of Venture Funding, July 19th, 2016.
33. Jeon, S. H. Mezzanine Financing in US Real Estate and Korean Institutional Investors, MIT, 2015.
34. Mezzanine Debt Market in Europe: Analysis of Supply and Demand, Idinvest Partners, Paris, 2014.
35. National Venture Capital Association 2016 Yearbook, Thomson Reuters, 2016.
36. <http://bulgariaangels.org/>
37. http://een.dobrich.net/wp-content/uploads/2016/03/ETBN15002BGN_002.pdf
38. <http://paulcollege.unh.edu/research/center-venture-research/cvr-analysis-reports>
39. <http://www.ifre.com/?&m=0&src=http://www.ifre.com/hybrid.asp?typecode=68&pubcode=1&navcode=386>
40. http://www.investeurope.eu/media/477249/2007-2015-dataset-europe-country-tables-public-version_final.xlsx

Светла Димитрова

**ПРОУЧВАНЕ ВЛИЯНИЕТО НА
РАЗЛИЧНАТА ВОДНА ОБЕЗПЕЧЕНОСТ
НА СОЕВИТЕ РАСТЕНИЯ ВЪРХУ
ПРОДУКТИВНОСТТА ИМ**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Доц. д-р Светла Димитрова завършва средното си образование в Техникум по електротехника „В. И. Ленин“ – гр. Пловдив. През 1995 г. се дипломира в Аграрен университет – Пловдив, специалност „Полевъдство“. Като втора специалност към същия университет придобива следните квалификации: „Консултант по аграрно право“, „Преподавател по аграрни дисциплини“ и „Оценител на земеделски земи и подобренията върху тях“. През периода 1999 – 2002 г. работи като главен технолог във фирма „Шегор“ ООД, гр. Пловдив. През 2002 г. ѝ е присъдена образователна и научна степен „доктор“ по „Мелиорации и почвознание“. През 2002 г. е назначена във Висше училище „Земеделски колеж“ гр. Пловдив, като асистент по дисциплината „Напояване и отводняване на земеделските земи“. През 2008 г. придобива научна степен „доцент“ по „Растениевъдство“. През същата година е назначена на длъжност директор на департамент „Агробизнес“ към Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – гр. Пловдив.

Участва в следните проекти: по програма „Леонардо да Винчи“ – „Обучение по устойчиво използване на почвата и водите във фермата“, по програма „Сократес Коменюс“ – „Професионално обучение на преподаватели от висши училища и евроинтеграция“, по програма „ФАР“ – „Преквалификация и насърчаване на предприемачеството по планинско земеделие в община Ракитово“, както и в проекта „Изследване на условията и приоритетите за производство на храни от растителен и животински произход в област Кърджали“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на МОМН. Специализира в Холандия, Полша, Литва, Унгария.

Автор на 57 публикации относно: земеделие, водни ресурси, околна среда, растителни технологии, образование. Съавтор е на оригинален сорт ориз „Галатея“, учебници и учебни помагала.

Член е на: Научно-технически съюз; Български научен селекционеро-технически съюз; Българска асоциация по управление на проекти; Балканска асоциация по околна среда; Басейнов съвет на Източнобеломорския регион; Съюз на учените.

DETERMINING THE INFLUENCE OF THE IRRIGATION RATE VALUE ON THE PRODUCTIVITY OF SOY-BEANS

Svetla Dimitrova

Abstract

The aim of the study is to determine the influence of the irrigation rate value on the productive properties of soy-beans. During the period 2014 – 2016 we made a field experiment by the blocking method in 4 repetition in the village of Skutare – district of Plovdiv using the sorts Rosa and Richi. The following variants were tested:

–the plants were grown without irrigation during the whole period of vegetation;

–the plants were supplied with 70-80-70% of FC in the whole vegetation period for the 0-80 cm layer.

The obtained results led us to the conclusion that irrigation increases the productivity of the culture.

Keywords: soy-beans, irrigation, productive properties.

ПРОУЧВАНЕ ВЛИЯНИЕТО НА РАЗЛИЧНАТА ВОДНА ОБЕЗПЕЧЕНОСТ НА СОЕВИТЕ РАСТЕНИЯ ВЪРХУ ПРОДУКТИВНОСТТА ИМ

Светла Димитрова

Резюме

Целта на проучването е да се определи влиянието на различната водна обезпеченост върху продуктивните качества на соеви зърна. През периода 2014-2016 е направен експеримент по метода на блокиране в 4 повторения в село Скуtare - област Пловдив, като са използвани сортовете Роса и Ричи. Изследвани са следните варианти:

–растенията са били отглеждани при неполивни условия по време на целия период на вегетация;

–растенията са поливани с 70-80-70% от FC за целия вегетационен период за 0-80 cm слой.

Получените резултати ни доведоха до заключението, че напояването увеличава производителността на културата.

Ключови думи: соеви зърна, напояване, продуктивни качества.

ВЪВЕДЕНИЕ

Соята е култура с най-многогранно приложение – фуражни, хранителни, индустриални, лекарствени и екологични цели. Затова е определена като стратегическа култура на XXI век. Производството ѝ в световен мащаб продължава да нараства.

Проблемът със засушаването и затоплянето на климата може да се реши или чрез отглеждането на приспособени към засушаването растения, или чрез оценка на водния режим на културите, различната чувствителност към воден дефицит през отделните фенофази и избор на ефективен режим на напояване, както и с прилагането на други мелиоративни мероприятия.

Наличните данни за многогодишен период показват, че температурните суми през вегетацията на основните селскостопански култури са сравнително устойчиви, т.е. те не са лимитиращ фактор за техния нормален растеж и развитие. Не така обаче стои въпросът с валежите. Като количество и разпределение, същите варират значително не само по месеци и десетдневки, но и по години. Неустойчивостта на този метеорологичен фактор предопределя напояването като основно мероприятие от агротехническият комплекс, със съществен принос за получаването на високи и устойчиви добиви от отглежданите селскостопански култури.

Резултатите от направените проучвания в различни райони на страната показват, че соята, отглеждана като първа култура за зърно, изразходва между 400 и 500 mm вода, при средно количество на вегетационните валежи около 250 mm. Те, заедно с есенно-зимните влагозапаси, формират от 20 до 70% от евапотранспирацията (ЕТ) на културата. Останалата част от ЕТ трябва да се осигури чрез напояване. Всичко това по категоричен начин показва, че при климатичните условия на страната напояването на соята е задължително.

Това обстоятелство изисква правилна организация на напояването с цел най-рационално използване на съществуващите хидротехнически съоръжения и същевременно икономично използване на наличните водни ресурси. За удовлетворяването на това изискване, от една страна, необходимо е изключително доброто познаване на поливния режим на соята, а от друга – неговото правилно прилагане.

Връзката на индикатора на воден стрес с параметрите на системата „почва – посев – атмосфера“ и то през различни фенофази, ще доведе до по-ефективното използване на водата и характеризиране на сухоустойчивостта на растенията.

Варирането на добива на зърно при земеделските култури е в резултат на продуктивните възможности на отглежданите сортове, на почвено-климатичните условия и технологичното ниво на производство. Поради високата възискателност на соята към почвената и атмосферната влажност стабилни и високи добиви се получават при поливни условия.

Напоояването е най-ефикасното средство за увеличаване на добива. От четири фактора – сорт, торене, гъстота на посева и напояване, при оптимизиране на първите три относителният им дял достига една четвърт, докато на напоояването се падат 3/4 от увеличението на добива (5, 13, 14). През различните години нуждата от вода зависи от валежите през вегетацията и запасеността на почвата.

У нас са изпитани редица сортове соя при различна водообезпеченост. В зависимост от получените резултати за практиката са препоръчани различни сортове соя.

Целта на настоящото проучване е да се проучат фенологичните и продуктивните показатели на нови сортове соя – „Роса“ и „Ричи“, при поливни и неполивни условия.

МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ

За постигане на поставената цел заложихме полски опит в землището на с. Скутаре – Пловдивско, по блоков метод, съчетан с метода на дробните парцели в 4 повторения с големина на реколтираната парцелка 10 кв.м.

Почвата, на която изведохме опита, се характеризира като пясъкливо-глинеста с абсолютно тегло от 1,46 до 1,58g/cm³, пределна полска влагоемност от 25,1 до 25,7% от сухата маса на почвата, съответно за слой от 0,4 до 0,8 m със съдържание на хумус в орния слой 2,5% и рН = 6,8.

Соята е засята след предшественик ечемик, а агротехническите мероприятия са проведени в оптимални срокове в съответствие с технологията на производство на соя.

Като опитен материал използвахме следните сортове:

1. Сорт „Роса“, който се характеризира като: средноранен сорт с дължина на вегетационния период 120 – 130 дни. Характеризира се с устойчиво на полягане стъбло с височина 70 – 90 cm. И сбит хабитус. Листата са тъмнозелени, яйцевидни, със заострен връх, а цветовете са виолетови. Бобовете са светложълти с дължина 2 – 5 cm и сиво-бяло окосмяване. Първите бобове са разположени на височина 12 – 15 cm от почвената повърхност. Семената са жълти с овална форма и кафяв

хилум, със слаба склонност към пигментация. Масата на 1000 семена е от 160 – 190 г. Съдържанието на суров протеин е от 37,9 – 40,0 %, а на сурови мазнини 18,5 – 19,7 %. Сортът е устойчив на болестите бактериоза и мозайка. Добивен потенциал – 350 – 400 кг/дка.

2. Сорт „Ричи“, който се характеризира като средноранен сорт с дължина на вегетационния период 116 – 121 дни. Хабитусът е сбит, стъблото е с височина 60 – 80 cm, устойчиво на полягане. Листата са яйцевидни, със заострен връх, а цветовете са бели. Бобовите са светложълти със сиво-бяло окосмяване, като първите бобове са разположени на височина 10 – 15 cm от почвената повърхност. Семената са жълти с овална форма и кафяв хилум. Масата на 1000 семена е от 150 до 180 г. Съдържанието на суров протеин е от 38,6 – 41,5%, а на сурови мазнини 18,0 – 19,0%. Сортът е устойчив на болестите бактериоза и мозайка. Добивен потенциал – над 350 кг/дка.

Влиянието на напояването е наблюдавано при вариантите:

- а) отглеждане без напояване през цялата вегетация;
- б) през цялата вегетацията на соята е осигурено оптимално напояване при предполивна влажност 70 – 80 – 70% от ППВ, валидна за почвения слой 0 – 80 cm.

Напояването е извършено гравитачно по къси затворени бразди. Изследвани са показателите:

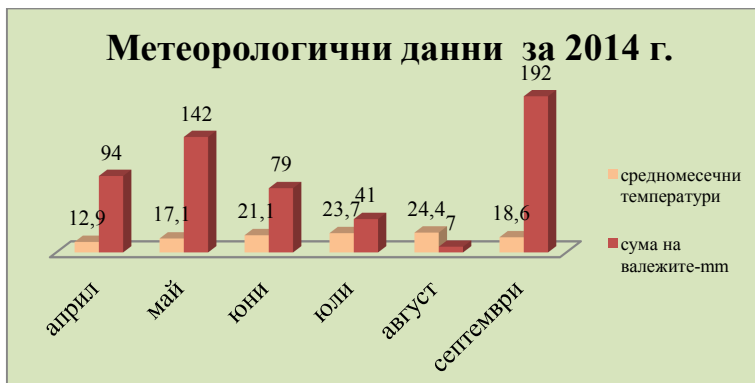
1. Продължителност на вегетационния период (дни);
2. Добив – зърно – кг/дка.

РЕЗУЛТАТИ И АНАЛИЗИ

Поливният режим на всяка селскостопанска култура, в т.ч. и на соята, се влияе съществено от характера на годината в метеорологично отношение (валежи, температура и дефицит на влажността на въздуха).

Соята, като всички бобови култури, е чувствителна към почвената и въздушната влажност. Метеорологичен фактор с решаващо значение за развитието на културата са вегетационните валежи – тяхното количество и разпределение през вегетационните месеци.

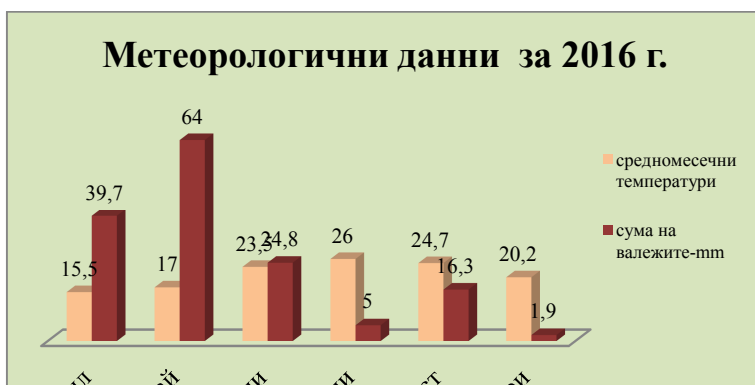
Данни за метеорологичните условия през 2014 г., 2015 г. и 2016 г. са отразени съответно на фиг. 1, фиг. 2 и фиг. 3.



Фиг. 1. Метеорологични данни за 2014 г.



Фиг. 2. Метеорологични данни за 2015 г.



Фиг. 3. Метеорологични данни за 2016 г.

През вегетацията на 2014 г. сумата на валежите е 555 mm. Характерното за тази опитна година е сравнително благоприятното разпределение на валежите, което дава отражение върху стойностите на разглежданите показатели при отделните варианти на опита. Изключение прави месец август, през който месец са паднали едва 7 mm, и това съвпада с един от критичните моменти за формиране на добива. През 2015 г. сумата на валежите е 379 mm, но за месеците юни, юли и август сумата е 225 mm, докато тази сума за 2014 г. е едва 125 mm. Тези месеци са свързани с фазите цъфтеж, бобообразуване и наливане на семената – изключително важни фази за определяне на добива зърно. 2016 г. се оказва най-слабо водообезпечена. Сумата на валежите през вегетацията на соята е едва 152 mm. Особено сухи са месеците юни, юли, август и септември, които са критични за добива.

С най-висока температурна сума за изследвания период е 2016 г., съответно 126,9°C, следвана от 2015 г. (123,9°C) и 2014 г. (117,8°C).

Данни за влиянието на поливния режим върху продължителността на вегетационния период на соята са отразени в *Табл. 1*.

Данните показват, че и при двата сорта соя и през трите години на изпитване продължителността на вегетационния период зависи от поливния режим. Растенията съкращават вегетацията си при по-слаба водообезпеченост.

При сорт „Роса“ вегетацията на културата се съкращава средно с 8 дена при неполивни условия за тригодишния период на експеримента. Най-къс вегетационен период се формира през 2016 г., която година е с най-малко количество паднали валежи и е с най-високи температури през вегетацията.

При сорт „Ричи“ формираните разлики в продължителността на вегетацията между неполивни условия и режим 70 – 80 – 70% от ППВ са от порядъка на 7 – 8 дена, като най-къса е вегетацията също през 2016 г.

Формират се съществени различия между изследваните сортове в продължителността на вегетацията. Сорт „Ричи“ се оказва по-ранозрял и при двата варианта на поливен режим и през трите години на заложения експеримент.

Влиянието на поливния режим върху продължителността на вегетацията на соя (за периода 2014 г. – 2016 г.)

Таблица 1. Данни за влиянието на поливния режим върху продължителността на вегетационния период на соята

| № | Сортове | Години | Продължителност на вегетационния период | |
|----|---------|---------|-----------------------------------------|----------------------|
| | | | Неполивни условия | 70 – 80 – 70% от ППВ |
| 1. | Роса | 2014 г. | 113 | 121 |
| | | 2015 г. | 119 | 128 |
| | | 2016 г. | 110 | 118 |
| | | Средно | 114 | 122 |
| 2. | Ричи | 2014 г. | 110 | 117 |
| | | 2015 г. | 113 | 121 |
| | | 2016 г. | 106 | 114 |
| | | Средно | 110 | 117 |

Анализът на получените резултати от *Таблица 2* показва, че добивът на соево зърно при изпитваните сортове варира както по години, така и при различните поливни режими. През 2016 г. се формира най-нисък добив и при двата изследвани сорта и при двата поливни режими. При сорт „Роса“ добивът е по-нисък с 81 кг/дка, при неполивни условия, и със 67 кг/дка при поливен режим 70 – 80 – 70% от ППВ спрямо 2015 г., когато добивът е най-висок. При сорт „Ричи“ добивът е по-нисък с 58 кг/дка, при неполивни условия, и с 73,4 кг/дка при поливен режим 70 – 80 – 70% от ППВ спрямо 2015 г., когато се формира най-висок добив.

Показателят поливен режим формира малко по-високи различия по отношение на продуктивността на соята.

При сорт „Роса“ средните стойности за целия период на изследване са, както следва: 242,8 кг/дка при неполивни условия и 334,7 кг/дка при поливен режим 70 – 80 – 70 % от ППВ. През 2014 г. добивът соя зърно при напояване е по-висок с 96,0 кг/дка, през 2015 г. с 83,0 кг/дка, през 2016 г. с 96,8 кг/дка или средно за трите години на изпитване с 91,9 кг/дка.

При сорт „Ричи“ добивът е средно за трите години 230,7 кг/дка при неполивни условия и 306,9 кг/дка при поливен режим 70 – 80 – 70% от ППВ. През 2014 г. добивът соя зърно при напояване е по-висок с 76,0 кг/дка, през 2015 г. с 84,0 кг/дка, през 2016 г. с 68,6 кг/дка или средно за трите години на изпитване с 76,2 кг/дка.

При сорт „Роса“ добива зърно при поливни условия нараства средно с 27,5%, а при сорт „Ричи“ с 24,8%, средно за изпитвания период.

Таблица 2. Влиянието на поливния режим върху продуктивността на соя – кг/дка (за периода 2014 г. – 2016 г.)

| № | Сортове | Години | Продължителност на вегетационния период | |
|----|-------------|---------|-----------------------------------------|----------------------|
| | | | Неполивни условия | 70 – 80 – 70% от ППВ |
| 1. | Роса | 2014 г. | 241,0 | 337,0 |
| | | 2015 г. | 284,0 | 367,0 |
| | | 2016 г. | 203,2 | 300,0 |
| | | Средно | 242,8 | 334,7 |
| 2. | Ричи | 2014 г. | 228,0 | 304,0 |
| | | 2015 г. | 261,0 | 345,0 |
| | | 2016 г. | 203,0 | 271,6 |
| | | Средно | 230,7 | 306,9 |



Фиг. 4. Влияние на поливния режим върху продуктивността на соя

ИЗВОДИ

1. Високите температури през месеците юни, юли и август, съчетани с недостатъчно валежи, повлияват на скъсяването на вегетационния период спрямо поливния вариант и при двата сорта, включени в изследването. При сорт „Роса“ с 8 дена, а при сорт „Ричи“ – със 7 дена;

2. И двата сорта имат висок добивен потенциал, но той силно се влияе от условията на овлажнение през вегетацията им. Затова напояването на соята се явява като основно агротехническо мероприятие, гарантиращо добива и неговата стабилност в условия на сухи години и растящ воден дефицит. По-добрата водообезпеченост на растенията с вода увеличава добива зърно с 92 кг/дка при сорт „Роса“ и с 76,2 кг/дка при сорт „Ричи“ средно за периода 2014 – 2016 г.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив, на тема „Проучване влиянието на различната водна обезпеченост на соевите растения върху продуктивността им“, изпълняван в периода 2014 – 2016.

ЛИТЕРАТУРА

1. Cucci G., A.de-Caro, M.A.Mastro. Risposta produttiva della soia a diversi regimi nel metapontino. Irrigazione e Drenaggio, 1989, 36: 4, 166 – 169.
2. D’Andria R., F.Q.Chiaranda, P.Tedesch, P.Salzillo. Risposta di due varietà di soia (*Glycine max* L. Merr.) a regimi irrigui diversi. Nota II. Dinamica della fioritura. Rivista di Agronomia, 1991, 25, 4, 527 – 532.
3. Goreti C.F., F.Rossini. Criteri irrigui per soia (*Glycine max* /L./ Merr.) con strumentazione semplificata. Ricerca nella media valle del Tevere. Rivista di Agronomia, 1992, 26, 4, 671 – 675.
4. Heatherly L. G., C.D.Elmore. Irrigation and planting date effects on soybean grown on clay soil. Agronomy Journal, 1986, 78, 4, 576 – 580.
5. Hutchinson R. Soybean irrigation management tests. Northeast Research Station, 1983, 147 – 154.
6. Klik A., P.Cepuder. Irrigation of soybeans improves quality. Forderungsdinst, 1991, 39, 11, 322 – 324.
7. Moftah A.E. The response of soybean plants, grown under different water regimes, to antitranspirants application. Annals of Agricultural Science, Moshtohor, 1997, 35, 1, 263 – 292.
8. Pritoni C., G.Venturi, P.Rossi, M.T.Amaducci, N.Gaspar. Effetti del volume stagionale di irrigazione su soia. Irrigazione e Drenaggio, 1989, 36: 4, 160 – 165.
9. Pritoni G., G.Venturi, M.T., Amaducci. Effetti di regimi idrici o abbondanti in fasi critiche della soia. Fase del riempimento del baccello. Irrigazione e Drenaggio, 1990, 37, 4, 29 – 34.

10. Pritoni G., G. Venturi, M.T. Amaducci. Regime idrico e accrescimento in soia (*Glycine max* /L./ Merr.). *Rivista di Agronomia*, 1992, 26, 4, 785 – 790.
11. Ramseur E. Distribution pattern of yield components in “Braxton” soybeans. *Agronomy Journal*, 1984, 76, 3, 493 – 497.
12. Restuccia G., G. Mauromicale, A. Ierna. Influenza del regime irriguo sul comportamento agronomico della soia (*Glycine max* /L./ Merr.) coltivata in ambiente mediterraneo. *Rivista di Agronomia*, 1992, 26, 4, 777 – 784.
13. Schrader B. Recommendations for soybean irrigation regime (France). Anon. *J'aime L'eau; Motor. Techn. Agr.* 1989, 6, 177 - 178.
14. Yonova Z. Features soybean irrigation in the steppe zone of the United States. Anon. *Irrigation Soybean production handbook*, 1988, 449, 14 - 16, *Review Journal*, 9, 1989, P.5.

Светла Димитрова

**ВЛИЯНИЕ НА ПОЛИВНИЯ РЕЖИМ
ВЪРХУ СКЛЕРОЦИЙНОТО ГНИЕНЕ ПРИ
СЛЪНЧОГЛЕДА**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IV



Доц. д-р Светла Димитрова завършва средното си образование в Техникум по електротехника „В. И. Ленин“ – гр. Пловдив. През 1995 г. се дипломира в Аграрен университет – Пловдив, специалност „Полевъдство“. Като втора специалност към същия университет придобива следните квалификации: „Консултант по аграрно право“, „Преподавател по аграрни дисциплини“ и „Оценител на земеделски земи и подобренията върху тях“. През периода 1999 – 2002 г. работи като главен технолог във фирма „Шегор“ ООД, гр. Пловдив. През 2002 г. ѝ е присъдена образователна и научна степен „доктор“ по „Мелиорации и почвознание“. През 2002 г. е назначена във Висше училище „Земеделски колеж“ гр. Пловдив, като асистент по дисциплината „Напояване и отводняване на земеделските земи“. През 2008 г. придобива научна степен „доцент“ по „Растениевъдство“. През същата година е назначена на длъжност директор на департамент „Агробизнес“ към Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – гр. Пловдив.

Участва в следните проекти: по програма „Леонардо да Винчи“ – „Обучение по устойчиво използване на почвата и водите във фермата“, по програма „Сократес Коменюс“ – „Професионално обучение на преподаватели от висши училища и евроинтеграция“, по програма „ФАР“ – „Преквалификация и насърчаване на предприемачеството по планинско земеделие в община Ракитово“, както и в проекта „Изследване на условията и приоритетите за производство на храни от растителен и животински произход в област Кърджали“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на МОМН. Специализира в Холандия, Полша, Литва, Унгария.

Автор на 57 публикации относно: земеделие, водни ресурси, околна среда, растителни технологии, образование. Съавтор е на оригинален сорт ориз „Галатея“, учебници и учебни помагала.

Член е на: Научно-технически съюз; Български научен селекционеро-технически съюз; Българска асоциация по управление на проекти; Балканска асоциация по околна среда; Басейнов съвет на Източнобеломорския регион; Съюз на учените.

INFLUENCE OF IRRIGATION UPON THE ATTACK OF CHARCOAL ROT (Sclerotiniasclerotiorum) ON SUNFLOWER

Svetla Dimitrova

Abstract

In field experiments conducted during the period 2014 – 2016 in the village of Skutare (district of Plovdiv) the influence of irrigation upon the degree of attack of charcoal rot on sunflower was studied. The experiment included the following treatments:

- the plants were grown without irrigation during the whole period of vegetation;

- the plants were supplied with 70–80–70% of FC in the budding, flowering and beginning of the ripening stage of growth.

The trial included also two plant densities: 5000 plants/da; 6000 plants/da.

It was established that the degree of attack of the charcoal rot on plant's growth with irrigation is lower than without irrigation. This fact is well-pronounced during the whole period of investigation.

Keywords: sunflower, charcoal rot, irrigation.

ВЛИЯНИЕ НА ПОЛИВНИЯ РЕЖИМ ВЪРХУ СКЛЕРОЦИЙНОТО ГНИЕНЕ ПРИ СЛЪНЧОГЛЕДА

Светла Димитрова

Резюме

В полеви експерименти, проведени през периода 2014 - 2016 в село Скutare (област Пловдив), влиянието на поливния режим върху склероцийното гниене при слънчогледа е проучено. Експериментът включва следните обработки:

–растенията се отглеждат без напояване по време на целия вегетационен период;

–растенията са поливани с 70-80-70% от FC в пъпкуване, цъфтежа и началото на фазата на узряване на растеж.

Процесът включва две растителни плътности: 5000 растения/дка; 6000 растения/дка.

Установено е, че степента на нападение на склероцийно гниене върху растежа на растенията с напояване е по-ниска, отколкото без напояване. Този факт е добре изразен по време на целия период на изследване.

Ключови думи: слънчоглед, склероцийно гниене, напояване.

ВЪВЕДЕНИЕ

Оптимизирането на поливния режим на селскостопанските култури в условията на воден дефицит през последните десетилетия е едно от основните направления в селскостопанската наука. Слънчогледът, като стратегическа маслодайна култура, също така е обект на изследвания от такъв тип, като голяма част от тях са свързани с търсене на икономически оправдан поливен режим чрез оптимизиране размера на поливната норма или чрез проучване на чувствителността на културата към воден стрес през отделните периоди от вегетацията.

Отглеждането на културата при неполивни условия е предпоставка за допускане на воден стрес през по-голямата част от годината, благодарение на което растенията остават по-ниски, цъфтежът започва и приключва по-рано, по-рано настъпва узряването, а добивът намалява (Hang and Evans, 1985). Berglund (2003) установява, че напояването може да увеличи добива с близо 3 пъти. Според автора чрез напояването трябва да се поддържа почвена влажност над 80% ППВ през цъфтежа и над 70% от ППВ през останалата част от вегетацията. Като оптимална, тази поливна схема е предложена от наши учени преди повече от 30 години. Delibaltov (1973) и Mihov (1974) установяват, че най-високи добиви от слънчогледа се получават, когато поливките се реализират по схема 70–80–70% от ППВ, съответно за периода до бутонизацията, цъфтежа и наливането на семената. Plaut and Grava (1999) предлагат напояването на слънчогледа да се управлява по данни за изпарението от свободна водна повърхност (отчетено по изпарител „клас А“), като се компенсира 80% от него. Същите автори са установили съществено понижение на добива при напояване с 25% редуцирана поливна норма и отглеждане на слънчогледа върху глинеста почва. При леки по механичен състав почви съществено намаление на добива се наблюдава едва при 50% намаление на нормите.

В последните години слънчогледовите площи бързо нарастват поради икономическата изгода и високата рентабилност на културата.

Слънчогледовата култура се напада от известен брой болести, които създават определен риск от понижаване на добива и влошаване на качеството на получената продукция, което налага да се предприемат превантивни мерки срещу тях. Икономически опасните болести по слънчогледа са: маната, склероцийно увяхване,

склероцийно гниене, черните петна (фома), сивите петна (фомопсис), алтернарията, септорията, различните видове гниения по питите.

Склероцийното гниене по слънчогледа, причинено от *Sclerotium bataticola* Г., се наблюдава често в производствени посеви на културата.

Причинител

Гъбата *Sclerotium bataticola* има конидиална форма, известна като *Macrophomina phaseoli*. Тя образува разклонен, септиран, безцветен мицел и многобройни сферични черни микросклероции в тъканите на гостоприемника. Макар и рядко, по надземните части могат да се формират и тъмни пикнидии, съдържащи едноклетъчни безцветни спори. Паразитът се разпада на специализирани форми, колонизиращи различни гостоприемници.

Жизнен цикъл

Sclerotium bataticola е почвообитаващ вид, който се съхранява като мицел или чрез склероциите си, които запазват жизненост до 6 години. Разсейването на склероциите се извършва посредством дъждовните и поливните води, почвата и земеделските машини. В редки случаи е възможно разпространение на патогена и посредством семената.

Епидемиология

Гъбата е слаб паразит, който напада застаряващи или отслабнали растения, вследствие неблагоприятни външни условия. Особено силно болестта се развива през сухи и горещи периоди, когато средната денонощна температура надвишава 26°C.

Контрол

Необходимо е спазване на 3 – 4-годишно сеитбообращение. Отглеждането на културата трябва да се извършва при оптимални агротехнически условия, включително балансирано торене и поливане.

При особено силни прояви на болестта може да се извърши фунгицидно третиране със сумилекс 50 БП-100г/дка.

Симптоми

Нападнатите растения имат редуцирано развитие. Впоследствие те увяхват и накрая изсъхват, като процесът започва от долните листа. Болните растения се изскубват лесно, тъй като корените им са изгнили. При влажни условия в основата на стъблата се развиват кафяво-зелени до черни петна, които скоро посивяват. В повредените участъци кората се напуква и се бели лесно. Петната се разрастват и на места обхващат пръстеновидно стъблата, предизвиквайки увяхване на по-високо разположените органи. Сърцевината на стъблото обикновено не се разрушава напълно. Тъканите на нападнатите растения са изпъстрени с

едва видими многобройни склероции, придаващи им сив цвят. Нападнатите растения узряват преждевременно. Формираните пити са много дребни и често остават стерилни.

Чрез агротехнически мерки склеротийното гниене може да се ограничи, ако се спазва 5 – 6-годишно сеитбообращение, изгаряне на растителните остатъци, дълбока оран с лемежни плугове, за да се заорат дълбоко склероциите.

Напояването е фактор, който оказва силно влияние върху общото и физиологично състояние на слънчогледовите растения, а оттук и върху тяхното отношение към склероцийното гниене.

Целта на настоящото изследване е да се проследи ролята на напояването на слънчогледа при полски условия върху нападението от склероцийно гниене.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ

За постигане на поставената цел заложихме полски опит в землището на с. Скутаре – Пловдивско, по блоков метод, съчетан с метода на дробните парцели в 4 повторения с големина на реколтираната парцелка 26 кв.м.

Почвата, на която изведохме опита, се характеризира като пясъкливо-глинеста с абсолютно тегло от 1,46 до 1,58g/cm³, пределна полска влагоемност от 25,1 до 25,7% от сухата маса на почвата, съответно за слоя от 0,4 до 0,8 m със съдържание на хумус в орния слой 2,5% и рН = 6,8. Слънчогледът е засят след предшественик ечемик при междуредово разстояние 0,70 cm.

Като опитен материал използвахме хибрида Р64LE19.

За този хибрид е характерно:

- среднокъсен хибрид
- височина на растението – високо
- положение на питата – наведена надолу
- форма на питата – слабо изпъкнала
- притежава добра обща устойчивост на икономически важните болести при слънчогледа (мана, фомопсис, склеротония)
 - устойчив на синя китка раси А-Е
 - устойчив на всички раси мана, които се срещат в страната от група 300 и 700
 - повишена толерантност спрямо хербицида „Експрес 50 СГ“
 - препоръчителна гъстота – растения за реколтиране: 5000 – 5500 раст./дка.

Посевът от слънчоглед е отгледан по общоприетата за района технология. Приложена е системата на торене с постоянен фон на фосфорни, калиеви и азотни торове (P10 K6 N6).

Изследването е проведено при две гъстоти на слънчогледовия посев:

- а) 5000;
- б) 6000 растения на декар.

Влиянието на напояването е наблюдавано при вариантите:

а) отглеждане без напояване през цялата вегетация;

б) през вегетацията на слънчогледа е осигурена 70–80–70% от ПШВ във фазите бутонизация, цъфтеж и начало на узряване.

Напояването е извършено гравитачно при спазване в съответните фази на почвена влага в слоя от 0 – 80 cm от 70 до 80% от ПШВ, съобразно с конкретните показания за наличната влага непосредствено преди поливката.

Нападението на слънчогледа от склероцийно гниене е отчетено във фаза пълна зрялост върху 40 растения от всеки вариант при естествен инфекциозен фон. Отбелязан е броят на здравите и болните растения, степента на нападение на болните растения и е изчислен индексът на нападение по формулата на Mc Kinney.

Спазени са всички основни агротехнически мероприятия, свързани с възприетата за страната технология за отглеждането на културата.

РЕЗУЛТАТИ И АНАЛИЗИ

Поливният режим на всяка селскостопанска култура, в т.ч. и на слънчогледа, се влияе съществено от характера на годината в метеорологично отношение (валежи, температура и дефицит на влажност на въздуха).

Въпреки че е много динамичен като стойности, дефицитът на влажността на въздуха има косвено влияние върху елементите на поливния режим, изразено чрез интензивността на ЕТ. Метеорологичен фактор с решаващо значение за развитието на културата са вегетационните валежи – тяхното количество и разпределение през вегетационните месеци.

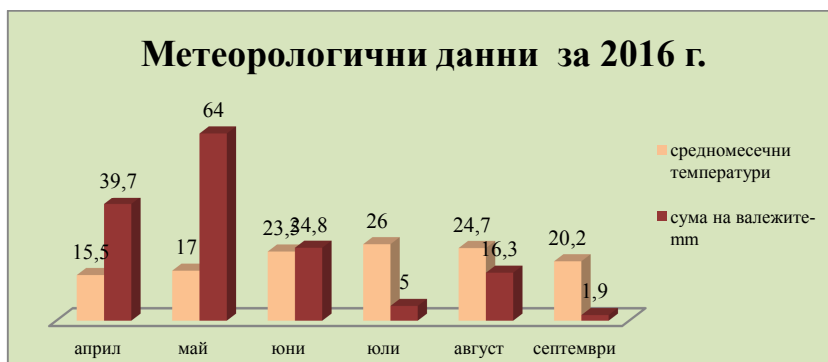
Данни за метеорологичните условия през 2014 г., 2015 г. и 2016 г. са отразени съответно на фиг. 1, фиг. 2 и фиг. 3.



Фиг. 1. Метеорологични данни за 2014 г.



Фиг. 2. Метеорологични данни за 2015 г.



Фиг. 3. Метеорологични данни за 2016 г.

През вегетацията на 2014 г. сумата на валежите е 555 mm. Характерното за тази опитна година е сравнително благоприятното разпределение на валежите, което дава отражение върху стойностите на разглежданите показатели при отделните варианти на опита. Изключение прави месец август, през който месец са паднали едва 7 mm, и това съвпада с един от критичните моменти от вегетацията на слънчогледа. През 2015 г. сумата на валежите е 379 mm, но за месеците юни, юли и август сумата е 225 mm, докато тази сума за 2014 г. е едва 125 mm. 2016 г. се оказва най-слабо водообезпечена. Сумата на валежите през вегетацията на културата е едва 152 mm. Особено сухи са месеците юни, юли, август и септември.

С най-висока температурна сума за изследвания период е 2016 г., съответно 126,9°C, следвана от 2015 г. (123,9°C) и 2014 г. (117,8°C).

Влиянието на напояването на слънчогледа върху нападението от склероцийно гниене може да се проследи от Табл. 1.

Таблица 1. Нападение на слънчогледа от склероцийно гниене в зависимост от напояването и гъстотата на посева, изразено в индекс на Mc Kinney за периода 2014 – 2016 г.

| Година | Гъстота на посева | Неполивни условия | Поддържане на 70–80–70% от ППВ |
|---------|-------------------|-------------------|--------------------------------|
| 2014 г. | 5000 | 25,1 | 15,9 |
| | 6000 | 34,9 | 26,1 |
| 2015 г. | 5000 | 24,0 | 14,7 |
| | 6000 | 33,5 | 24,6 |
| 2016 г. | 5000 | 26,7 | 17,0 |
| | 6000 | 35,8 | 28,1 |

От данните, поместени в таблицата, е видно, че поливният режим на културата дава отражение върху степента на развитие на склероцийното гниене.

При варианта с поддържане на предполивна влажност 70–80–70% от ППВ индексите на нападение са по-ниски от тези при неполивни условия. Така например индексите на нападение през 2014 г. при варианта с поливане са в граници от 15,9% до 26,1% (средно 21,0%), които стойности са по-ниски от тези без напояване – вариране от 25,1% до 34,9% (средно 30,0%) – по повторения. През 2015 г. индексът варира от 14,7 до 24,6, съответно при гъстота 5000 и

6000 растения на декар при поливен вариант и от 24,0 до 33,5 при неполивни условия.

Прави впечатление, че през 2016 г. нападението от склероцийно гниене е по-силно. Това може да се обясни с малкото количество валежи, паднали през месеците юли и август, които се определят като критични за слънчогледовата култура.

Стойностите варират от 17,0 до 28,1% при поливни условия и от 26,7 до 35,8% при неполивни условия на отглеждане на културата.



Фиг. 4. Нападение на слънчогледа от склероцийно гниене в зависимост от напояването и гъстотата на посева, изразено в индекс на Mc Kinney за периода 2014 – 2016 година

Обяснението за по-слабото разпространение на склероцийното гниене при напояване може да се търси, от една страна, в отглеждането на растенията при условията на различна обезпеченост с вода, а от друга – в някои особености на причинителя на заболяването. В горещо и сухо време, каквото често у нас има през юли и август, съвпадащо с критичните фази от развитието на слънчогледовите растения, липсата на достатъчно влага влияе силно върху общото и физиологично състояние на растенията. Те остават по-слаби, под воден стрес и са с нарушено нормално развитие. В това състояние растенията са по-чувствителни на болестта. Резултатите от опита са в съгласие със заключенията, направени от Blanco-Lopez and Jimenez-Diaz [13], според които недостигът на влага причинява воден стрес и благоприятства разпространението на болестта. Отстраняването на

негативното действие на този фактор при отглеждане на слънчогледа може да способства за намаляване на вредата от склероцийното гниене.

ИЗВОДИ

Анализът на получените резултати позволява да се направи следния извод:

1. Индексът на нападение от склероцийно гниене при слънчогледовите растения, отгледани при поливен режим 70–80–70% от ППВ, е по-нисък в сравнение с индекса при неполивни условия на отглеждане. Разликите са от порядъка на 8,5% при гъстота 6000 растения/дка до 9,4% при гъстота 5000 растения/дка средно за тригодишния период на провеждане на полския опит.

БЛАГОДАРНОСТИ

Представените резултати са от изследване, проведено в рамките на научноизследователски проект от Плана за научноизследователската работа на Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив, на тема „Влияние на поливния режим върху склероцийното гниене по слънчогледа“, изпълняван в периода 2014 – 2016 г.

ЛИТЕРАТУРА

1. Delibaltov, Y. et al., 1973. Vliyanie na napoyavaneto i toreneto varhu kolichestvoto i kachestvoto na slanchogleda. – Rasteniadvadni nauki, 7, (57–68).
2. Mihov, I., 1974. Varhu polivnia rezhim na slanchogleda pri usloviyata na Yugoiztochna Bulgaria. – Rasteniadvadni nauki, 3, (99–109).
3. Terziev, Zh., B. Yankov, H. Yancheva, R. Ivanova, I. Yanchev, I. Dimitrov, T. Georgieva, T. Kolev, 2007. Rasteniadvadstvo, Akademichno izdatelstvo na AU – Plovdiv (240-250).
4. Yanchev, I., H. Kirchev, V. Delibaltova, Zh. Todorov, A. Sevov, 2011. Rakovodstvo za uprazhnenia po rasteniadvadstvo na tropika i subtropika. Akademichno izdatelstvo na AU – Plovdiv (s. 96).
5. Berglund, Duane R., 2003. Irrigated Sunflower; NDSU Extension Agronomis, retired.
6. Hang, A. N., D. W. Evans, 1985. Deficit Sprinkler Irrigation of Sunflower and Safflower. – Agron. J., 77: (588-592).
7. Plaut, Z., A. Grava, 1999. Response of Sunflowers to Quantities of Irrigation Water, Irrigation Regimes and Salinities in the Water and Soil. – Journal

of Crop Production: agricultural management in global context, 2, Issue: 2, (299-315).

8. Stone, L. R., D. E. Goodrum, A.J. Schlegel, M. N. Jaafar, A. H. Khan, 2002. Water Depletion Depth of Grain Sorghum and Sunflower in the Central High Plains. – *Agronomy Journal*, 94, 4, (936-943).

9. Александров, В. 1993. Болести по слънчогледа в Югоизточна България и средства за борба с тях. *Земеделие*, 6.

10. Комитова, Г. 1994. По-важни болести по слънчогледа. *Земеделие*, 6 – 7.

11. Митов, Н. 1986. Болести по слънчогледа и съвременни начини за борба с тях. *Земеделие*, 5.

12. Albouvette, C. and P. Bremeersch. 1975. Deux maladies nouvelles en France dans les cultures de tournesol, *C.R. Seances Acad. Agric. Fr.* 61:626-636.

13. Blanco-Lopez, M. A. and R. M. Jimenez-Diaz. 1983. Effect of irrigation on susceptibility of sunflower to *Macrophomina phaseoli*, *Plant disease* 67:1214-1217.

14. Gamal El-Din, I. F., K. G. Ahmad, A. Eisa Nawal and M. A. Shaaqeawy. 1986. Resistance of sunflower to damping-off and charcoal rot diseases caused by *Fusarium oxysporum* and *Macrophomina phaseolina* in Egypt, *Egypt. J. of Phyt.*, 1-2.

Г О Д И Ш Н И К

ТОМ IV



АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ТАЛАНТ“
НА ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ