ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
VARNA UNIVERSITY OF ECONOMICS

Г О Д И Ш Н И К

Излиза от 1927 година

ТОМ 83

2011

AN ANNUAL BOOK

Published since 1927

VOLUME 83

2011

ВАРНА VARNA

2012

Редактор *Савина Богданова*
Предпечатна подготовка *Мария Янчева*

Издателство „Наука и икономика”
Икономически университет – Варна

Дадена за печат 14.12.2021 г. Издателски коли 23.4
Формат 70×100/16 Тираж 200

Адрес: Икономически университет – Варна,
бул. „Княз Борис I” 77 тел. 660-210
Секретар *Галина Виткова*

Отпечатана в печатна база
на Икономически университет – Варна

ISSN 0861-6752

С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е

CONTENTS

INHALTSVERZEICHNIS

СОДЕРЖАНИЕ

85 ГОДИНИ „ГОДИШНИК НА ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА”

Проф. д-р ик. н. Николинка Сълова
Главен редактор на Годишника на ИУ – Варна

През 2012 г. се навършват 85 години от издаването на Годишник с научни трудове на Икономически университет – Варна.

Икономически университет – Варна е основан на 14 май 1920 г. и е първото висше икономическо училище в България и второто висше училище след Софийския университет.

Годишникът на Икономически университет – Варна е научно издание на университета, в което се публикуват монографии и студии от изследователската дейност на академичния състав на университета.

Без наука, без развитие на науката и научното развитие на преподавателите няма истински и авторитетен университет.

Затова **ролята, мястото и значението на Годишника** за научни трудове на университета е голямо и е главно в следните 3 насоки, които са взаимно обвързани:

Първо, за развитието на науката и влияние в обществото.

Второ, за научно израстване на преподавателите и с това осигуряване на високо качество на висшето образование в университета.

Трето, за подпомагане на стопанската практика, както чрез научни новости, така и чрез качествени висши кадри.

Ръководството на университета винаги е разбирало и оценявало тази голяма роля на научните изследвания и публикации и е подпомагало научното издаване, научната критика и научния растеж.

Годишникът е претърпял някои промени в заглавието, съобразно промените в наименованието на университета, а именно:

- от 1927 до 1945 г. – Годишник на Висшето търговско училище – Варна;
- от 1946 г до 1953 г. – Годишник на Варненския държавен университет;
- от 1954 до 1990 г. – Трудове на Висшия институт за народно стопанство – Варна;
- от 1991 г. и до сега – Годишник на Икономическия университет – Варна.

В Годишниците на Икономическия университет – Варна се отразява цялата история на университета. В том 1 от 1927 г. са публикували своите трудове такива известни учени, като проф. Цани Калянджиев – първият ректор на университета , проф. Феодор Белмер, проф. Наум Долински, проф. Янаки Арнаудов, проф. Иван Константинов, които поставят основите и на висшето икономическо образование в България и на развитието на икономическата наука.

От 1934 до 1945 г. в Официален отдел на Годишника са публикувани Отчетите на Академичния съвет за съответната академична година от тогавашните ректо-

ри: проф. Янаки Арнаудов (1934 – 1939), проф. Станчо Чолаков (1939 – 1943) и проф. Бойчо Бойчев (1943 – 1945).

Основна концепция на изданието е изследване и разработване на методологическите и приложните проблеми, с оглед развитие на теорията и практиката в областта на икономиката и управлението, информатиката, правото и др., при отчитане на международните и националните приоритети и стратегически цели пред науката и страната.

Редакционната колегия на Годишника е колективен орган за организиране на списването, рецензирането, редактирането и комплектуването на Годишника на Икономически университет – Варна. Редакционната колегия на Годишника и главният редактор се избират от Академичния съвет за всеки нов мандат на Академичното ръководство. В състава на Редакционната колегия се включват хабилитирани лица от академичния състав на университета – изявени учени в различни области на науката и висшето образование.

От том 1/1927 г. до том 20/1946 г. не е посочена редколегия.

От том 21/1947 г. до том 34/1962 г. са посочени по няколко редактори за всеки том, а именно:

- том 21 и том 22 (1947/49 г.) – проф. Петър Велинов и доц. Карол Телбизов;
- том 23 (1949/50 г.) – доц. Марко Вълканов, проф. Борис Великов, доц. Карол Телбизов;
- том 24 (1950/51 г.) – доц. Марко Вълканов, доц. Ганчо Радев, проф. Карол Телбизов;
- том 25 (1951/1952 г.) – доц. Марко Вълканов;
- том 26 (1952/54 г.) – доц. Любомир Станев, Р. Зайков, проф. Георги Георгиев;
- том 27 (1955/56 г.) – няма посочени редактори;
- том 28 (1954/55 г.) – доц. Димитър Георгиев, доц. Марко Вълканов, проф. Никола Ганчев;
- том 29/1957 г. – доц. Марко Вълканов;
- том 30/1958 г. – проф. Атанас Бешков, доц. Марко Вълканов, проф. Борис Великов;
- том 31/1959 г. – проф. Константин Тодоров, доц. Белчо Николов, доц. Никола Кърклисийски, проф. Георги А. Георгиев, доц. Ганчо Радев, доц. Владимир Станчев, инж. Арх. Панайот Минков;
- том 32/1960 г. – доц. Никола Кърклисийски, доц. Марко Вълканов, доц. Любомир Станев, доц. Белчо Николов;
- том 33/1961 г. – проф. Бойчо Бойчев, доц. Любомир Станев, доц. Владимир Станчев, преп. Адриан Андреев, проф. Никола Ганчев;
- том 34/1962 г. – доц. Любомир Станев, доц. Стефан Цонев, ст. преп. Тодор Кънчев, ст. преп. Радослав Ангелов, ст. преп. Милуш Милушев.

От том 35/1963 г. за пръв път е изписана редколегия с главен редактор.

От 1963 г. и до сега във всеки том са изписани редколегиите със следните главни редактори:

- том 35/1963 г. – проф. Васил Ранков;
- том 36 до 40 (1964 – 1968 г.) – проф. Стефан Цонев;

- том 40 до 44 (1969 – 1972 г.) – доц. Кънчо Кънчев;
- том 45 до 48 (1973 – 1976 г.) – доц. Неделчо Енев;
- том 49 до 56 (1977 – 1984 г.) – проф. Здравко Ковачев;
- том 57 до 59 (1985 – 1987 г.) – проф. Тодор Ненов;
- том 60/1988 г. – проф. Цветан Коцев;
- том 61 до 64 (1989 – 1992 г.) – проф. Петко Близнаков;
- том 65/1993 г. – доц. Стефан Дражев;
- том 65 до 84 (1993 г. – 2012 г. и сега) – проф. Николинка Сълова.

Сегашната редакционна колегия, актуализирана за новия мандат на академичното ръководство от АС на 01.07.2011 г., работи в състав от 11 професори и 5-ма доценти:

1. Проф. д-р ик. н. Николинка Петрова Сълова – главен редактор.
2. Проф. д-р ик. н. Димитър Стефанов Радилов – зам.-гл. редактор.
3. Проф. д-р ик. н. Бойко Иванов Атанасов.
4. Проф. д-р ик. н. Гено Димитров Генов.
5. Проф. д-р ик. н. Ивона Георгиева Якимова.
6. Проф. д-р ик. н. Йордан Петров Коев.
7. Проф. д-р Марин Найденов Нешков.
8. Проф. д-р Пламен Благов Илиев.
9. Проф. д-р Стефан Минчев Вачков.
10. Проф. д-р Стоян Андреев Стоянов.
11. Проф. д-р Фаня Аспарухова Филипова.
12. Доц. д-р Благо Ангелов Благоев.
13. Доц. д-р Виолета Янева Димитрова.
14. Доц. д-р Евгени Петров Станимиров.
15. Доц. д-р Светлозар Димитров Стефанов.
16. Доц. д-р Тодорка Борисова Атанасова.

За усъвършенстване на Годишника и на своята работа Редколегията работи по приет от АС Правилник за устройството и дейността на Редакционната колегия, както и за реда, и за изискванията за издаване на Годишника на Икономически университет – Варна.

Членовете на Редколегията работят с високо чувство за отговорност и доста голяма натовареност. Заседанията се провеждат редовно, поддържа се добра връзка с авторите и катедрите. Рецензенти и научни редактори на студиите са членовете на редколегията и в редки случаи, при специфична проблематика се привличат такива извън редколегията. Рецензиите се представят в срок, присъствието и участието в заседанията е много добро. Редколегията проявява взискателност и подпомага авторите в техните научни изследвания и е полезна за развитието на изследванията и усъвършенстване на обучението в Университета.

Изданието е включено в международни справочници (Уприч, Инспек и др.), издава се на български език, с резюмета на английски, немски и руски езици.

През дългогодишното си съществуване Годишникът е доказал своята полезност и необходимост както за развитието на икономическата теория и практика, така и за израстването на академичния състав и за подобряване на обучението на студентите, специализантите и докторантите в Университета.

Публикуваните изследвания са основно в научните направления: Икономика, Стопанско управление, Туризъм, Информатика, Право, Математика, Статистика и др. Монографиите и студиите се отнасят към следните научни области: макроикономика и микроикономика, финанси, счетоводство и контрол, статистика и иконометрия, международни икономически отношения, стопанско управление, маркетинг, туризъм, информатика, икономика на индустрията, икономика на търговията, икономика на строителството, аграрна икономика, стокознание, местно самоуправление, право и др.

Ежегодно в Годишника се включват около 8 – 10 научни студии с обем до 55 стандартни страници. Могат да се включат и се включват и значими монографии с обем до 120 страници, свързани с втора хабилитация или дисертации за доктор на науките.

Преподавателите активизират в по-голяма степен своята публикационна дейност преди хабилитиране, което обяснява и участието на много асистенти, пред първа хабилитация, като автори на студии, публикувани в „Годишника на ИУ". Ръководството на университета и редколегията следва да работят още по резултатно, за да се увеличи броят на хабилитираните автори, което ще повиши още повече авторитета на изданието и ще допринесе за ускоряване на вторите хабилитации.

Чрез книгообмена, който осъществи университетската библиотека, Годишникът се изпраща средно на 50 чуждестранни висши училища и библиотеки: в Беларус, Белгия, Великобритания, Германия, Казахстан, Латвия, Литва, Полша, Румъния, Русия, САЩ, Словакия, Словения, Украйна, Унгария, Япония. **В България се изпраща до Националната библиотека, университетските библиотеки, Националния статистически институт, БНБ, научни институти и регионални библиотеки.**

Периодично академичното ръководство и редколегията на Годишника организират публични обсъждания на публикуваните трудове в него – през 1981 г., 1983 г., 1985 г., 1989 г., 1992 г., 2002 г., 2005 г., 2007 г., 2010 г., 2012 г.

През последните 10 години са обсъдени следните студии:

- **през 2002 г. студиите, публикувани в том 73/2001 г., на:**
  - доц. д-р Фотин Марчев – „Априорно-апостериорното функциониране на познавателния образ";
  - доц. д-р Димитър Радилов – „Методологични проблеми на статистиката като наука";
- **през 2005 г. студиите, публикувани в том 76/2004 г., на:**
  - проф. д-р ик. н. Бойко Атанасов и гл.ас. Росен Николаев – „Оптимизиране на производствените дейности на фирмата в условията на неопределеност";
  - доц. д-р Христо Трайков – „Алтернативен макроикономически модел за рационален избор в условията на риск";
- **през 2007 г. студиите, публикувани в том 78/2006 г., на:**
  - доц. д-р Благо Благоев и гл. ас. д-р Силвия Благоева – „Теоретични основи на логистичния мениджмънт";
  - доц. д-р Данчо Данчев – „Постмодерният маркетинг";

- **през 2010 г. студиите, публикувани в том 81 2009 г. на:**
  - доц. д-р Зоя Младенова – „Дж. М. Кейнс и развитието на макроикономиката;
  - доц. д-р Анита Атанасова – „Счетоводни аспекти при ликвидация на търговско дружество”;
- **през 2012 г. студиите, публикувани в том 82 и 83 от 2010 и 2011 г., на:**
  - доц. д-р Надя Костова – „Счетоводни и данъчни аспекти на продажбата на търговско предприятие”;
  - доц. д-р Николета Михалева – „Съвременната култура пред нови ценностни ориентири”.

При публичните обсъждания на публикуваните статии в Годишника на Икономически университет – Варна се представят накратко авторите, те изнасят кратко изложение на основното от техните студии, рецензентите на студиите представят накратко своите задълбочени оценки за новото и полезното в тези студии, за постиженията на авторите, за решените и нерешените проблеми, за съдържанието, за значимостта на изследването за теорията и за практиката. Винаги има и изказвания, оценки и въпроси, застъпват се и други гледни точки от присъстващите и участниците в обсъжданията учени, преподаватели, студенти и специалисти от практиката.

Общо публикуването и обсъждането на студии е много полезно, освен че допринася за по-добро решаване на редица проблеми на теорията и практиката, то още поражда много мисли, идеи, съгласия и несъгласия, противоречия и с това дава принос за нови творчески търсения за развитие и обогатяване на теорията и практика и за усъвършенстване на обучението.

УДК – 336 и 338
Econ Lit – O230

ФИСКАЛНИ ВЛИЯНИЯ ВЪРХУ ДЪЛГОСРОЧНИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ

Проф. д-р В л а д и м и р В л а д и м и р о в

Рецензенти: проф. д-р. ик. н. Ивона Якимова
проф. д-р Стефан Вачков

Въведение

Независимо че фискалната политика е едно от най-широко използваните средства за постигане на социално-икономическите цели на правителствената политика, в теорията липсва единомислие за нейните основни ефекти върху макроикономическата динамика. Историята на фискалната политика съдържа редица епизоди на преоценка и еволюция на вижданията, както и продължителен процес на експериментиране на различни подходи, механизми и регулатори. Често това, което е приемано като универсален принцип, се оказва частен случай или специфична особеност[1]. Затова и практиката в тази област представя значително многообразие на подходите при използване на системата от фискални регулатори и различни модели на фискален мениджмънт в съответствие с националните условия и параметри на стопанското развитие[2].

На фона на това многообразие особена актуалност има въпросът за механизмите, чрез които фискалната политика влияе върху икономическата активност, и за нейната роля в макроикономическото регулиране. Този въпрос се обсъжда интензивно в специализираната литература през последните години особено във връзка с проблемите на макроикономическата политика в условията на европейската интеграция, но несъмнено нов тласък на интереса към него даде развитието на световната финансова и икономическа криза. Тя отново постави проблема за ролята на фискалната политика и баланса между бюджетна стабилност и фискални стимули за растежа.

Традиционно фискалната политика се свързва с краткосрочната антициклична стабилизация, провеждана чрез целенасочено използване на държавните разходи и данъчното облагане, както и чрез действието на автоматичните бюджетни стабилизатори.

---

[1] Вж. Балабанов, И. Постиженията и отворените проблеми на съвременната бюджетна политика. // Икономическа мисъл, 2002, № 3, с. 19-38.

[2] Вж. Uhlig, H. One money, but many fiscal policies in Europe: what are the consequences? // CEPR Discussion Paper, No. 3296, April 2002.

Това разбиране за ролята на фискалната политика има своите корени в кейнсианската икономическа теория. Преди Голямата депресия (1929 – 1933 г.) и появата на кейнсианството, класическият възглед за държавните финанси им отрежда само ролята на средство за издръжка на административния апарат и другите дейности на публичния сектор (армия, полиция, инфраструктура и пр.). Счита се, че бюджетът трябва да е ограничен, балансиран (разходите да не надхвърлят приходите) и държавните разходи да са максимално сдържани.

Според кейнсианската теория преследването на частния интерес често води до флуктуации в съвкупното търсене, които не могат да се коригират от пазарните сили, особено в краткосрочен период. Когато частно мотивираните потребителски разходи и инвестиции са недостатъчни за осигуряване на ефективно търсене и пълна заетост, празнината в търсенето може да се запълни чрез интервенция на държавния сектор. С помощта на държавните финанси правителството може да въздейства на икономиката, за да я изведе от състоянието на равновесие, при ниска заетост и ниско производство. То може да осигури едно първоначално увеличаване на търсенето (като увеличи държавните разходи или намали данъците), което ще даде тласък за понататъшна експанзия и придвижване на икономиката към нейния потенциал.

Днес разбирането за фискалната политика е по-комплексно и тя далеч не се разглежда еднозначно, само като средство за краткосрочно регулиране на съвкупното търсене при стабилизиране на икономиката. Практиката показа, че фискалната политика е много по-сложна и противоречива, отколкото се предполагаше в „ерата на кейнсианството” от 50-те и 60-те години на XX в. Съвременната теория отчита, че фискалната политика има много странични ефекти и оказва, пряко или косвено, значително влияние и върху обема на съвкупното предлагане и разпределението и използването на обществените ресурси.

Това изисква двата аспекта на фискалното регулиране – краткосрочната стабилизация и дългосрочните влияния, достатъчна добре да се интегрират, така че воденето на една активна фискална политика да бъде в подкрепа както на поддържането на макроикономическа стабилност, така и на дълготрайното повишаване на растежа. Ето защо идентифицирането на краткосрочните и дългосрочните фискални влияния, на техните канали и механизми е един от ключовите въпроси на съвременната макроикономическа теория и политика. Споровете по него, достигнали кулминация по време на световната финансова и икономическа криза, показват неговата сложност и в теоретичен, и в емпиричен аспект. Тя се обуславя от разнопосочното влияние на широката съвкупност от фискални инструменти - различните видове бюджетни разходи, данъци и данъчни структури, бюджетно салдо и неговите разновидности. При това системното изследване на фискалните влияния върху икономическия растеж стана възможно едва след появата на новите ендогенни теории за растежа. Въпреки това има още много неизяснени и спорни моменти както в теоретичен план, така и от гледна точка на измеренията на практическата политика, подпомагаща растежа.

В българската икономическа литература през последните години проблемът за фискалните влияния върху растежа е бил предмет на разглеждане в няколко изследвания. В повечето случаи те акцентират върху ролята на разходите или на

някой техен компонент върху макроикономическата динамика[3]. В настоящата студия се прави опит за по-комплексно разглеждане на тази проблематика, като се отчита както влиянието на общото равнище на публичните разходи и техния състав, така и това на данъците и данъчните структури.

Обект на изследване в студията е фискалната политика.

Предмет са дългосрочните ефекти на тази политика и нейната роля за ускоряване на икономическия растеж. Тези въпроси се разглеждат както в общотеоретичен план, така и от гледна точка на тенденциите във фискалната сфера на България в периода след приемане на режима на паричен съвет (1997 г.).

Основните *изследователски задачи*, които си поставя авторът, са:

- Анализиране потенциалните влияния на фискалната политика, и в частност на данъчните и разходните агрегати, върху икономическата активност в контекста на теориите за ендогенния растеж.
- Изясняване тенденциите и стратегията в сферата на публичните финанси в България в периода след приемане на паричен съвет и тяхното влияние върху реализацията на целите на социално-икономическото развитие.
- Сравнителен анализ на тенденциите и политиката във фискалната сфера в България с тези в ЕС като цяло и в развитите европейски страни в частност.
- На базата на оценката на състоянието на разходните и данъчните структури в България да се очертаят проблемите и типът на реформи, които са необходими за повишаване на качеството на публичните финанси и тяхното позитивно влияние върху бизнес средата и факторите на икономически растеж.

Тезата, която се защитава в работата, е, че от гледна точка на съвременния теоретичен анализ, емпирични изследвания и европейския опит за България съществуват възможности за една по-гъвкава и ефективна фискална политика, която да има по-голям принос за растежа и да води до по-добри макроикономически резултати.

1. Фискалните влияния в ендогенните модели на растежа

Възможността фискалната политика да влияе върху дългосрочния икономически растеж изглежда имплицитно ясна, но в теоретичен план това е сравнително нова идея. Нейната теоретична обосновка бе развита въз основа на моделите за ендогенния растеж, появили се през 80-те години на XX в[4].

Традиционните неокласически модели за растежа от типа на модела на Солоу – Суон (Solow 1956, Swan, 1956) придават маловажно значение на фискалните променливи. В тях дългосрочният растеж се определя екзогенно от капиталовото натрупване, наличната работна сила и технологичните изменения и е инвариантен

[3] Вж.: Пиримова, В. Разходно-фискална интензивност на растежа в България. // Научни трудове УНСС, том 1, 2001, с. 49–75; Мавров, Хр. Размерът на държавните разходи и темпа на икономическия растеж в България. // Икономически алтернативи, № 1, 2007, с. 101–112; Нейчева, М. Публични разходи за образование и икономически растеж. // Икономическа мисъл, № 6, 2008, с. 67–81; Йотова, Л. Фискалната политика като фактор за стабилизация и растеж. // Икономически растеж и стабилизация. София: УНСС, 2003, с. 72-95.

[4] Вж. Tanzi ,V., H. Zee. Fiscal Policy and Long-Run Growth. // IMF Staff Papers Vol. 44, № 2, Jun., 1997, pp. 179-209.

към различните видове икономическа политика. Обичайната теза на неокласическите модели е, че такива фискални променливи, като бюджетно салдо, равнище и състав на данъчното облагане и правителствените разходи могат да влияят върху текущия доход, но нямат никакво въздействие върху дългосрочните темпове на икономическия растеж[5]. Ако фискалната политика увеличава стимулите за предлагане на труд и за инвестиране, това ще повиши икономическата активност и темпът на растеж ще нарасне, но в дългосрочен период той отново ще се върне към предишното равнище, определено от наличния капитал и работна сила. Затова в контекста на тези модели ролята на фискалната политика се свързва главно с нейните възможности да коригира временните отклонения на икономиката от дългосрочния тренд на развитие.

Появата на ендогенните модели за растежа даде нова перспектива за разглеждане на ролята на фискалната политика[6]. В този клас модели решаващо значение за растежа има формирането и натрупването на човешки капитал, усъвършенстването на институционалната структура и коригирането на пазарните дефекти. Самите технологични промени, като фактор за дългосрочния растеж, се интерпретират като резултат на рационални действия, свързани с развитието на научните изследвания, натрупването и разпространението на знания и повишаването на качеството на човешкия капитал. При това, за разлика от неокласическите модели, в ендогенните модели знанията и технологичните промени се разглеждат като неконкурентно обществено благо, при което се проявяват дълготрайни положителни ефекти от мащаба.

Новите ендогенни модели разглеждат растежа като вътрешно обусловен процес на базата на две основни допускания. Първото приема, че знанията и новите технологии, въплътени в капитала, имат характеристики, които предполагат постоянна (а не намаляваща, както в класическите модели) пределна възвръщаемост. Второто разглежда знанията и образованието като източници на положителни външни ефекти за ендогенното развитие на технологичния прогрес и като ключови елементи за придвижване към по-високи дългосрочни темпове на растеж[7].

По такъв начин ендогенните модели подчертават важността на икономическата политика, която, подхранвайки иновациите и повишаването на качеството на човешкия капитал, може да допринесе за по-висока факторна производителност и да поддържа и развива конкурентни предимства на икономиката. В контекста на тези модели възможностите на правителствената политика да въздейства върху потенциала за дългосрочен икономически растеж се концентрират в три основни направления: първо, стимулиране на научните изследвания и технологичния трансфер; второ,

---

[5] Вж.. Engen, E., J. Skinner, Taxation and Economic growth. // National Tax Journal, Vol. 49, № 4, December 1996, pp. 617-642.

[6] За същността на ендогенните модели на растежа вж.: Romer, P. Increasing Returns and Long-Run Growth. // Journal of Political Economy, № 94, 1986, pp. 1002 – 1037; Lucas, R. On the mechanics of economic development. // Journal of Monetary Economics, Vol. 22, № 1, July 1988, pp. 3-42.
В българската литература основното съдържание на съвременните ендогенни теории за растежа се разглежда в: Леонидов, А. Ендогенна теория на растежа и основни икономически школи. // Икономически изследвания, София, 2006, № 2; Младенова, З. Неокласическата теория в края на XX – началото на XXI век (постижения, проблеми перспективи). Част първа. Варна: Стено, 2011, с. 213-254.

[7] Вж. Ангелов, Ив. и др. Икономиката на България и Европейският Съюз – Стратегия за догонващо икономическо развитие до 2020 година. София, 2003, гл. 2, т. 2.2.2.

инвестиции в човешки капитал и развитие на инфраструктурата; трето, усъвършенстване на институционалната структура и коригиране на пазарните дефекти[8].

Всичко това предполага по-широко разглеждане на фискалната политика и фискалните регулатори – не само като краткосрочен проблем, но и от гледна точка на тяхното дългосрочно влияние върху макроикономическата динамика.

Ендогенните модели не само показват, че фискалната политика може да играе важна роля за разширяване на икономическия потенциал, но дават и подход за оценка на влиянието на различните фискални инициативи върху растежа. В тях въздействието на фискалните променливи върху нормата на растеж се разглежда в зависимост от различните ефекти на „производителните" и „непроизводителните" публични разходи и на „деформиращите" (distortionary) и „недеформиращите" (nondistortionary) данъци. Изходното допускане е, че докато част от данъците имат силно деформиращо влияние върху инвестиционните решения и стимулите за стопанска активност и следователно оказват отрицателни ефекти върху дългосрочния растеж, някои видове публични разходи са „производителни", тъй като подпомагат технологичното развитие и натрупването на човешки капитал, подобряват бизнес средата и ефективността на частните инвестиции и в крайна сметка ускоряват растежа.

Това разграничение е фундаментално за аналитичната структура, развита в ендогенните модели с включен публичен сектор. Този клас модели, какъвто е базовият модел на Р. Бароу, както и редица подобни модели[9], разглеждат сумарния ефект на фискалната политика върху растежа като резултат на интегрирането на положителните ефекти на производителните публични разходи и отрицателното въздействие на данъчното облагане. Те показват, че правителствените разходи и доставяните чрез тях публични услуги повишават ефективността на входните производствени фактори за частния сектор. По такъв начин, при равни други условия, увеличаването на правителствените разходи увеличава крайния продукт на капитала и осигурява стимули за нарастване на частните инвестиции, което позволява по-висок дългосрочен ръст. Заедно с това, правителствените разходи могат да подобрят институционалната среда и, коригирайки пазарните несъвършенства, да осигурят по-ефективно разпределение и използване на ресурсите.

Срещу този ефект на разходите обаче действа ефектът на данъчното облагане, което намалява възвръщаемостта на частните инвестиции и стимулите за стопанска активност и, забавяйки капиталообразуването, потиска дългосрочните темпове на растеж в икономиката[10].

---

[8] Вж.: Леонидов, А, Ендогенната теория на икономическия растеж: основни въпроси. // Икономическата теория в началото на XXI век – постижения, проблеми и перспективи. Варна: Наука и икономика, 2005, с. 224-225; Brons, M., H. de Groot, P. Nijkamp, Growth Effects of Fiscal Policies. // Comparative Analysis in a Multi-Country Context. Dept. of Spatial Economics, Vrije Universiteit, May 1999.

[9] Barro, R. Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth. // Journal of Political Economy, Vol. 98, 1990; Barro, R., X. Sala-i-Martin. Public Finance in Models of Economic Growth. // CEPR Discussion Papers, № 630, 1992; Kneller, R., M. Bleaney, N. Gemmell. Fiscal policy and growth: evidence from OECD countries. // Journal of Public Economics, Vol. 74, № 2, November, 1999, pp. 171-190.

[10] Разнопосочното влияние на различните категории държавни разходи и данъци върху икономическия растеж се разглежда в контекста на проблема за догонващото развитие в: Ангелов, Ив. и др. Икономиката на България и Европейският съюз. Стратегия за догонващо икономическо развитие до 2020 година, (гл. VI, т. 6.1.11) София: Икономически институт на БАН и фондация „Фр. Еберт", София, 2003. (http://www.iki.bas.bg).

Използвайки такъв подход, в своя модел Р. Бароу[11] показва, че темпът на растеж: 1) се намалява от деформиращите данъци; 2) се увеличава от правителствените производителни разходи; 3) не се влияе от недеформиращите данъци и непроизводителните разходи (**вж. таблица 1**).

Тази разнопосочност на фискалните влияния предполага различни потенциални ефекти на фискалната политика върху растежа в зависимост от вида на разходите и начините на тяхното финансиране. Фактът, че разходите на правителството трябва да се осигурят с приходи (т.е. отчитането на бюджетното ограничение) води до сложна нелинейна зависимост между общия размер на държавните разходи и растежа. При ниски нива на държавните разходи спрямо БВП техните положителни ефекти превишават отрицателните ефекти на данъците, нужни за финансирането им, докато при по-високи нива на държавните разходи нарасналото деформиращо данъчно бреме става определящо за общото влияние на фискалните агрегати върху икономическия растеж. С други думи, увеличаването на публичните разходи, даже за сметка на техните производителни елементи, зад даден предел ще има отрицателно въздействие върху растежа.

Таблица 1

Ефекти на фискалната политика върху растежа

Начин на финансиране на държавните разходи		Видове държавни разходи	
		производителни разходи	непроизводителни разходи
Видове данъци	деформиращи данъци	позитивен ефект при малък и негативен ефект при голям държавен сектор	негативен ефект
	недеформиращи данъци	позитивен ефект	нулев ефект

***Източник**: адаптирано от автора по: Gemmell, N. Fiscal Policy in a Growth Framework. // UNU/WIDER, Discussion Paper № 84, 2001, p. 21.*

По такъв начин аналитичната структура, развита в ендогенните модели, не подкрепя популярната представа за универсалния характер на отрицателната зависимост между равнището на публичните разходи (и респективно на данъчното облагане) и темповете на икономически растеж и съответно разбирането, че всяко намаляване на държавните разходи (или на данъчното облагане) ускорява растежа.

„Обменът” между положителни и негативни ефекти на фиска върху икономическата динамика и техният нелинеен характер е централният пункт на ендогенните модели от гледна точка на анализа на ролята на фискалната политика за растежа. Ето защо при оценката на тази роля, както и при проектирането на стимулираща

[11] Вж. Barro R. Government Spending..., op.cit.

растежа политика, трябва да се отчита не само влиянието, което могат да окажат допълнителните бюджетни разходи, но и влиянието, което ще има набирането на допълнителни източници за тяхното финансиране.

Теоретичните допускания в ендогенните модели са подсилени от емпирични изследвания за ролята на отделните видове държавни разходи и данъчното облагане, които установяват важни резултати. Така например, изследване, базирано на данни за 12 страни от ОИСР, показва, че всяко увеличаване на „деформиращите" данъци с 1% от БВП забавя средногодишния растеж на икономиката с 0,411 процентни пункта, докато увеличаването на производителните държавни разходи със същия размер повишава темповете на растеж с 0,387 пункта[12]. По оценка на авторите на същото изследване, за периода 1970 – 1995 г. промените във фискалните регулатори (данъци, разходи и бюджетен дефицит) са повлияли върху растежа в отделните страни от ОИСР в рамките на -0,2 до +0,2 процентни пункта годишно.

2. Размерът на държавните разходи и икономическия растеж

2.1. Теоретични и емпирични измерения на връзката между размера на държавните разходи и темпа на икономически растеж

Нелинейният характер на отношението между правителствените разходи и ръста на производството предполага „прагово" равнище на разходите, след което тяхното нарастване е нежелателно. На това основание вероятната зависимост между размера на държавните разходи като дял от БВП и дългосрочните темпове на икономически растеж се представя като обърната U-образна крива, наричана в различни източници „крива на Ран"[13], „крива на Армей"[14], „крива на Гортини"[15]. Тя е подобна на кривата на Лафер, като при ниски нива на разходите е възходяща, а при преминаване на дадено ниво на разходи, получава обратен наклон (вж. **фигура 1**).

Кривата показва, че ефектите от увеличаване на правителствените разходи върху икономическия растеж са немонотонни. При неголям размер на правителствените разходи (сегмент АВ от кривата), ефектът на производителността доминира и съществува положителна зависимост между растежа и размера на правителствените разходи в БВП.

Колкото обаче е по-голям делът на правителствените разходи, толкова се засилват негативните и деформиращи влияния на данъците, които трябва да бъдат повишени, за да се финансират нарасналите разходи. Зад даден предел (след т. В) зависимостта между размера на правителствените разходи и растежа става отрицателна. Това предполага, че отрицателни ефекти за растежа могат да се очакват

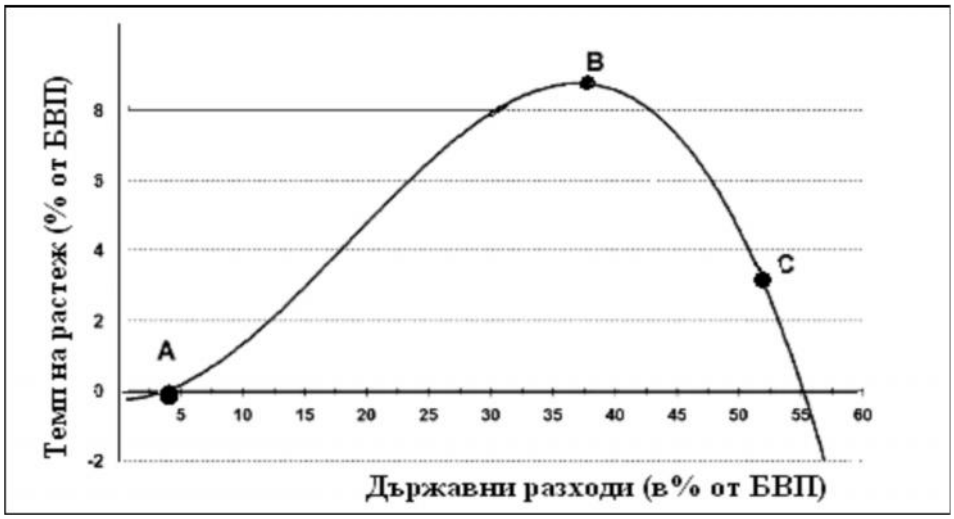
---

[12] Bleaney, M., N. Gemmell, R. Kneller. Testing the endogenous growth model: public expenditure, taxation and growth over the long-run. // Canadian Journal of Economics, Vol. 34, №1, February 2001, pp. 36-57.

[13] Larson, S. The Economic Case for Limited Government, CF&P Foundation: A Policy Analysis, April, 7, № 3, 2007 (http://www.freedomandprosperity.org/Papers/rahncurve/rahncurve.shtml).

[14] Vedder, R., L. Gallawa. Government Size and Economic Growth. Joint Economic Committeet. Washington, DC, 1998. (http://www.house.gov/jec/).

[15] Gwartney, J., R. Lawson, R. Holcombe. The Size and Functions of Government and Economic Growth. / / Prepared for Joint Economic Committee, US Congress. Washington, April, 1998 (http://www.house.gov/jec/growth/function/function.pdf).



Източник: *Vreymans, P., E. Verhulst. Growth differentials in Europe: An Investigation into the Causes. In: Growth stimulating Policie, 2005, p. 5. www.workforall.org/WFA_study_English.pdf*

Фиг. 1. Зависимост между темпа на дългосрочен растеж и дела на държавните разходи в БВП

само в случай, че правителственият сектор, измерван с дела на държавните разходи в БВП, надхвърля оптималния си размер. Последният очевидно има сравнително широки граници за отделните страни и не е един и същ за страните с различно равнище на доход. Това не позволява да се дава някаква еднозначна формула за зависимостта между размера на държавните разходи и растежа – от типа колкото по-малко държавни разходи (и съответно по-малко данъци), толкова по-висок растеж или обратно[16].

Многобройните емпирични изследвания, които през последните 10 – 15 години се опитват да проверят валидността на широко налаганото разбиране, че между размера на държавните разходи и темпа на растеж има обратна зависимост, не дават ясни и еднозначни резултати. В зависимост от обхвата на изследваните фактори, периода от време, подбора на страните и други спецификации, оценките значително се променят[17].

[16] Вж. Fiscal Policy for Growth and Development from Country Case Studies. // Further Analysis and Lessons, DC2007-0004, March 28, 2007.

[17] Сравнително подробен обзор и систематизация на основните емпирични изследвания на връзката между фискалната политика и растежа през последните години се прави в:. Fiscal policy for growth and development - further analysis and lessons from country case studies.(Annex 2: Theory and Evidence on Public Expenditure and Growth). // Mimeo. World Bank, April, 2007 pp. 41-46.

Като цяло линейните регресии на растежа спрямо дела на публичните разходи в БВП дават резултати, които по-скоро показват, че ефектите са различни в зависимост от изходното равнище на публичните разходи. При по-ниско изходно равнище увеличаването на размера на публичният сектор, измерен чрез дела на разходите в БВП, има позитивно влияние или не оказва съществено въздействие върху растежа[18]. За разлика от това за развитите страни с високо равнище на публичните разходи повечето изследвания констатират отрицателна зависимост между растежа и размера на публичния сектор. Но резултатите не са устойчиви и данните показват значителна дисперсия.

Както отбелязват редица автори, установяваната частична корелация между размера на обществения сектор и икономическия растеж е статистически незначителна и твърде променлива в зависимост от различните спецификации[19]. Така например регресионният анализ на данни за развитите европейски страни, обхващащ 30-годишен период (1971 – 2000 г.), показва, че макар за тази група страни като цяло да е налице известна обратна зависимост между дела на държавните разходи в БВП и тенденциите в икономическия растеж, такава не е валидна по отношение на Дания, Германия, Испания, Португалия и Великобритания[20].

Опитите за установяване на устойчиви зависимости между размера на публичния сектор и темповете на икономически растеж чрез по-обширни изследвания, включващи максимално голям брой страни и променливи, също не дават ясни и категорични резултати. Пример в това отношение е изследването, проведено от Института за икономически анализ (ИЭА – Москва), на базата на данни на МВФ за 166 страни за периода 1991 – 2000 г.[21] Неговите резултати обаче далеч не подкрепят категоричната теза, изразена от авторите на изследването, за безусловна отрицателна зависимост между темповете на растеж и размера на публичния сектор. Те всъщност показват липсата на конвергенция по отношение на равнището на държавните разходи между страните с високи темпове на растеж на БВП (над 5% годишно) – в тази група има страни и с 15% и страни с над 45% държавни разходи. Същевременно при страните с приблизително средно равнище на разходите – между 30 и 40% се наблюдава огромна диференциация в темповете на растеж на БВП, като те се движат от над 5% до минус 6 и даже минус 7% средногодишно, т.е. различията са в порядъка на 10 – 12-процентни пункта[22]. При тези условия наличието на статистическа обратна зависимост едва ли има сериозна обяснителна стой-

---

[18] За икономическите системи в преход този характер на връзката между фискалните променливи и растежа се констатира в: Pushak, T., R. Erwin, A. Varoudakis. Public Finance, Governance, and Growth in Transition Economies: Empirical Evidence from 1992 – 2004. // The World Bank, WPS № 4255, 2007.

[19] Вж. Folster, S., M.Henrekson. Growth effects of government expenditure and taxation in rich countries. // European Economic Review, № 45, 2001, pp. 1501-1520.

[20] Hiebert, P., D. Lamo, R. de Avila, J. Vidal. Fiscal Policies and Economic Growth in Europe: An Empirical Analysis, In: The Impact of Fiscal Policy, Banca d' Italia, 2002.

[21] Илларионов, А., Н. Пивоварова. Размеры государства и экономический рост.// Вопросы экономики, № 9, 2002.

[22] Вж. пак там, с. 23.

ност, за да може да служи за основа на съдържателен анализ и като ръководство на практическата политика[23].

Широкото присъствие на нелинейни ефекти на фискалните влияния върху растежа се вижда и при дескриптивния анализ на тенденциите в държавните разходи и растежа, характерни за страните от ЕС.

Таблица 2

Промени в дела на държавните разходи и темповете на растеж в европейските страни по периоди (в % от БВП)

	Изменение* на дела на държавните разходи в БВП				Изменение* на средногодишните темпове на растеж на БВП				Зависимост между измененията на дела на държавните разходи и темповете на растеж (+/ -)			
	1990 - 1995	1995 - 2000	2000 - 2005	2005 - 2010	1990 - 1995	1995 - 2000	2000 - 2005	2005 - 2010	1990 - 1995	1995 - 2000	2000 - 2005	2005 - 2010
Австрия	+7.6	-4.9	- 1.6	+2.4	- 2.7	+1.5	- 1.4	-0.5	-	-	+	-
Белгия	-0.3	-2.9	+0.3	+4.1	+1.2	-0.4	-2.5	-0.2	-	+	-	-
Дания	+3.6	-5.6	-1.1	+5.7	+1.5	+0.4	-0.4	-0.4	+	-	+	-
Финландия	+12.5	-12.8	+2.2	+4.6	+3.8	+1.1	-1.1	+0.2	+	-	-	+
Швеция	+5.8	-10.0	-0.1	-5.1	+2.9	+0.4	-1.4	+2.3	+	-	+	+
Нидерландия	-3.8	-7.4	+1.0	+7.1	-0.9	+0.9	-2.4	-0.3	+	-	-	-
Германия	+4.7	-3.2	+1.9	-0.4	-3.9	+1.3	-2.3	+2.6	-	-	-	-
Франция	+5.0	-2.8	+2.1	+3.0	-0.5	+1.8	-2.2	-0.4	-	-	-	-
Италия	-0.4	-6.4	+2.2	+2.3	+0.7	+1.2	-3.5	-5.2	-	-	-	-
Ирландия	-1.7	-9.7	+2.7	+12.9	+1.9	-0.5	-4.1	-7.0	-	+	-	-
Испания	+1.6	-4.3	-0.6	+6.5	+0.3	+0.9	-1.4	-3.6	+	-	+	-

[23] Коментирайки тези резултати, следва да отчитаме, че съществуват множество теоретични и измерителни проблеми, които правят до голяма степен условни и не напълно надеждни количествените оценки на зависимостите между фискалните променливи и икономическия растеж. Основната трудност е да се определи причинната зависимост между променливите – например доколко по-високият растеж провокира увеличаване на публичните инвестиции или самият растеж е резултат от това увеличаване. Достоверността на резултатите се влияе и от недостатъчната съпоставимост на данните, разнородния състав на публичните разходи и данъците, различното проявление на ефектите на фискалните промени във времето, влиянието на други, нефискални фактори и пр. Затова Танзи и Шукхнет основателно изтъкват, че точната оценка на фискалните влияния върху растежа е „донкихотовска задача" и препоръчват на резултатите от тези изследвания да се гледа само като на най-общи и приблизителни индикатори за фискалните ефекти върху растежа. Tanzi, V., L. Schuknecht. Public Finances and Economic Growth In European Countries. Vienna, June 2003, pp. 14-15 (http://www.oenb.at/de/img/paper_tanzi_tcm14-16012.pdf).

Гърция	+0.9	+0.9	-3.5	+6.6	+2.1	+2.4	-0.8	-6.8	+	+	+	-
Португалия	+2.8	0.0	+4.6	+0.6	-5.6	+1.6	-3.4	+0.7	-	+	-	+
Полша	...	-6.6	+2.2	+3.1	+13.9	-2.4	-0.7	+0.2	**...**	+	-	+
Унгария	-0.5	-8.8	+3.4	-1.2	+6.8	+1.8	-1.0	-2.3	-	-	-	-
Чехия	...	-3.9	+2.9	+1.2	...	-2.8	+2.9	-4.0	**...**	+	+	-
Великобритания	+2.4	-6.6	+7.5	+4.4	+2.0	-0.9	-2.0	-0.9	+	+	-	-
Естония	..	-6.1	-2.3	+12.3	..	+6.3	-0.6	-6.3	**..**	-	+	-
Литва	..	+1.7	-5.5	+8.3	..	+2.9	+3.5	-6.5	**..**	+	-	-
Латвия	..	+0.3	-1.8	+8.6	..	+9.0	+3.7	-10.3	**..**	+	-	-
Румъния	..	-6.8	-6.9	+5.7	+12.7	-5.0	+2.0	-2.9	**..**	+	-	-
България	-17.5	-5.9	+0.8	-3.2	+7.5	+7.0	+0.6	-5.2	-	-	+	+

** Измененията са определени като разлика между съответните величини в началото и в края на всеки период.*

Източник: *Изчислено от автора по данни от: World Economic Outlook Database, October 2007; Government revenue, expenditure and main aggregates, Eurostat Metadata, 2007; World Economic Outlook Database, April 2011.*

Като цяло данните показват, че страните с високо равнище на държавните разходи имат по-ниски темпове на растеж. Но направената в таблица 2 съпоставка между измененията в равнището на разходите и измененията на темпа на растеж по периоди дава разнородна картина, която не се съгласува с тезата за устойчива отрицателна зависимост между растежа и „размера на държавата". Както се вижда, в много от случаите през отделни периоди е налице положителна зависимост. Това разбира се не може да се тълкува като доказателство, че увеличаването на държавните разходи е ускорило растежа, а по-скоро подчертава ограничеността на представата, според която темпът на икономическия растеж може да се определя само от един фактор[24].

Към такъв извод навежда и обстоятелството, че значителните съкращения в бюджетните разходи в повечето европейски страни през периода 1995 – 2000 г. не кореспондират с изразено ускоряване на растежа. Показателни в това отношение са данните за Швеция. За посочения период държавните разходи там като дял от БВП са съкратени с 10 процентни пункта, докато темпът на растеж се е увеличил едва с 0,4%. В контраст на това, в предходния период, когато държавните разходи в Швеция бележат нарастване с 5,8 процентни пункта, е налице ускоряване на темпа на растеж с 2,9%. Подобни примери могат да се посочат и за редица други страни – Финландия, Ирландия, Полша, Великобритания.

[24] R. Levine R. и D. Renelt идентифицират повече от 50 променливи, които значително корелират с растежа. Levine, R., D. Renelt. A sensitivity analysis of cross-country growth regressions. // American Economic Review, № 82, 1992, pp. 942-963.

Данните от табл. 2, според нас, ясно показват, че фискалните влияния върху растежа не се определят еднозначно от дела на публичните разходи в БВП, а в значителна степен зависят от състава на разходите и начините на тяхното финансиране[25]. Другото основно заключение, което може да се направи, е, че оптималният размер на публичните разходи е с твърде широк диапазон, което предполага конкретна оценка за отделните страни и изключва възможността да се определя някаква универсална оптимална квота на разходите.

Потребностите от публични услуги във всеки период на развитие отразяват влиянието на редица икономически, социални, културни, географско-климатични и демографски фактори, валидни за отделните страни[26]. Необходимият размер на разходите за публични услуги на човек от населението силно се влияе от общия брой на населението. Поради качеството „неконкурентност" в потреблението публичните услуги се отличават със значителни икономии от мащаба и съответно страни с по-голямо население могат да осигуряват ефективно равнище на тези услуги при по-нисък дял на държавните разходи в БВП. Също така, страни с неефективни пазари и съществени пазарни дефекти се нуждаят от по-значителен публичен сектор, в сравнение със страни с по-добре функциониращи пазари.

Оптималният размер на държавните разходи зависи и от равнището на дохода на човек от населението Както постулира „законът на Вагнер", с нарастване на дохода се увеличава и търсенето на публични услуги[27] и съответно делът на държавните разходи в БВП. Оценката на оптималния размер на разходите трябва да бъде съобразена и с фискалния потенциал и дълговото състояние на страната, както и с равнището на ефективност на публичната администрация.

Очевидно има много основания да се счита, че определяният като „оптимален" размер на държавните разходи е твърде условен и може да варира в широки граници. Анализирайки данни за голям брой страни с различна степен на социално-икономическо развитие, В. Танзи и Л. Шукнехт стигат до заключение, че оптималният размер на държавните разходи е в диапазона между 20% и 40% от БВП, и сочат 30-процентното равнище като ориентировъчна граница. При това те изтъкват, че делът на държавните разходи в отделните страни е в зависимост от равнището на дохода (закона на Вагнер), степента на пазарно развитие и ефективността на публичния сектор.

В друго, често цитирано изследване П. Певсин оценява оптималния размер на държавните разходи средно за 12 развити европейски страни между 36,6 и 42,12 % от БВП, като изтъква, че този оптимум е различен за отделните страни в зависимост от тяхната социална и икономическа структура[28].

Тезата за сравнително широките граници на оптималния размер на държавните разходи се потвърждава и за страните със среден доход и формиращи се пазари. В изследване на Световната банка за влиянието на фискалната политика върху растежа в страните от Централна и Югоизточна Европа и от Централна Азия се кон-

---

[25] Подобно заключение правят и В. Танзи и Х. Зи – вж. Tanzi, V., H. Zee. Fiscal Policy and Long-Run Growth. // IMF. Working Paper, № 119, 1996.

[26] Вж. Dowrick, St. The Determinants of Long-Run Growth, Reserve Bank of Australia. Sydney,1996, pp. 19-41.

[27] Wagner, A. Three Extracts on Public Finance. // Classics in the Theory of Public Finance. Ed. by Musgrave, R., A. Peacock. New York: St. Martin's Press, 1967, pp. 11-15.

[28] Pevcin, P. Does Optimal Size of Government Spending Exist? University of Ljubljana, 2004, pp.10-11.

статира, че при равнище на държавните разходи около 1/3 от БВП не съществува значима корелация между дела на разходите и растежа, докато при равнища над 35% от БВП всяко увеличаване на разходите с един процентен пункт съкращава растежа с 0,3 – 0,4% годишно.

Това прагово значение на общия размер на разходите обаче се разглежда като условно и приблизително, защото зависи от редица фактори и преди всичко от качеството на управление на публичния сектор. Доброто управление и продуктивното използване на публичните разходи може съществено да смекчи негативния ефект от нарастване на общия размер на разходите, което е едно от обясненията защо големият държавен сектор в редица страни от ОИСР не е задължително причина за ниски темпове на растеж[29].

Анализът на средните значения на дела на държавните разходи в БВП по групи страни потвърждава визираната в закона на Вагнер зависимост на „размера на държавата" от степента на икономическо развитие – по-високата степен на икономическо развитие предполага и по-голям относителен дял на публичните разходи в БВП. Данните от **таблица 3** ясно очертават наличието на такава зависимост. Те показват, че въпреки общия процес на намаляване на дела на държавните разходи в БВП, характерен за последните две десетилетия, се запазва значителна диференциация между отделните страни. При преход към по-високо равнище на доход на човек от населението се наблюдава ясна тенденция на нарастване на дела на държавните разходи в БВП, като той се повишава от 24,8% в слаборазвитите страни до 34,7% за средно развитите и 44,9% за високоразвитите страни.

Таблица 3

Общи държавни разходи по групи страни (в % от БВП)

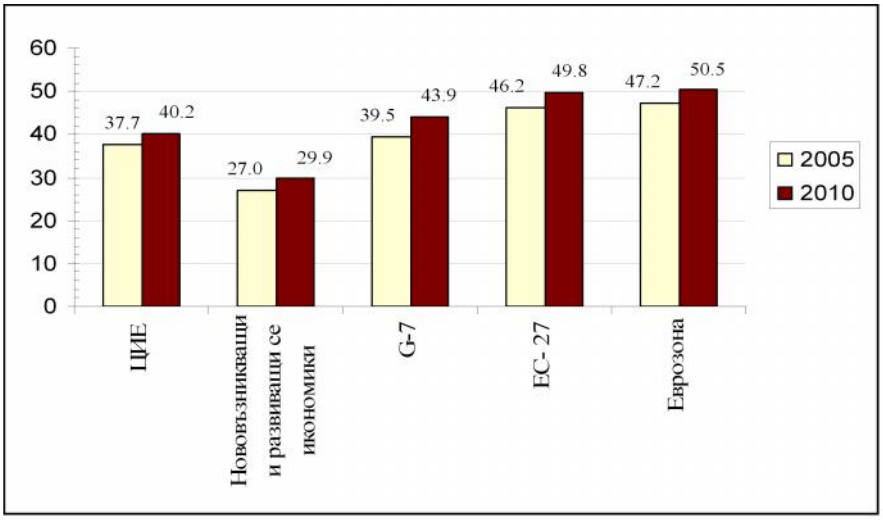
ПЕРИОД / ГРУПИ СТРАНИ СПОРЕД РАВНИЩЕТО НА ДОХОД НА ЧОВЕК ОТ НАСЕЛЕНИЕТО	1990 - 1994	1995 - 1999	2000 - 2005	СРЕДНО
1. Страни с ниско равнище на доход	26.0	22.6	24.4	24.8
2. Страни със средно равнище на доход:				
– с нисък среден доход	32.4	28.9	30.3	30.9
– с висок среден доход	32.7	33.0	34.7	34.7
3. Страни с високо равнище на доход	46.1	45.2	44.9	44.9

Източник: *По данни от World Economic Outlook. // IMF, September 2005; OECD Economic Outlook No. 80, November 2006.*

[29] Fiscal Policy and Economic Growth: Lessons for Eastern Europe and Central Asia. The World Bank, 2007, pp. 7, 92-93.

При отчитане на степента на икономическо развитие сравненията показват, че страните от Централна и Източна Европа (ЦИЕ), в това число и България, имат завишени бюджетни разходи спрямо средното значение на този показател за страните с подобно равнище на доход[30].

През 2005 г. средният размер на правителствените разходи в региона е 37,7% от БВП, след което нараства, за да достигне 40,2% през 2010 г. Това нарастване се обяснява до голяма степен с използването на фискални стимули срещу глобалната криза. Независимо от това, данните показват, че страните от ЦИЕ трайно поддържат равнище на държавни разходи, което е с около 10 процентни пункта по-високо от това в другите страни с формиращи се пазари и е твърде близко до равнището във водещите икономики от G -7.



Източник: *по данни от World Economic Outlook Database, IMF, April, 2011. http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/data/changes.htm*

Фиг. 2. Държавни разходи в ЦИЕ и други групи страни за 2005 и 2010 г. (в % от БВП)

Сравнителният анализ сочи също, че публичният сектор е особено голям в страните в Централна Европа. Там общите държавни разходи са средно около 45%, т.е. толкова, колкото и в страните с висок доход на човек от населението. С по-малки публични разходи се отличават Балтийс-ките страни и Румъния (около 34 – 36%), макар че и това съотношение е значително по-високо от средното за страните с аналогично равнище на доход и в частност в сравнение с азиатските икономики – под 25% от БВП.

[30] Вж. Fiscal Policy and Economic Growth Lessons for Eastern Europe and Central Asia. The World Bank, 2007.

Както показва обаче теоретичният анализ, необходим е диференциран подход към проблема за равнището на държавните разходи. От гледна точка на целите на растежа оптималният обем на държавни разходи не е задължително минималният. Еднакво неефективно и неоправдано е както прекомерното разширяване на дела на публичните разходи в БВП, така и прекомерното им ограничаване, особено когато то засяга важни техни елементи, свързани с осигуряването на необходими публични услуги и нормалното функциониране на социално-икономическата инфраструктура. Данните за средногодишния ръст на БВП в новите страни-членки на ЕС през последните години показват, че съществуващото равнище на бюджетните разходи не е пречка за постигането на сравнително високи темпове на растеж, а осигуряването на приоритети за производителните разходи може да даде допълнителен принос в това отношение[31].

2.2. Тенденции на държавните разходи в България

В сравнителен план равнището на общите бюджетни разходи като дял от БВП в България е 37,7%. Това е доста по-ниско от средното за ЕС – 50,3% за 2010 г.[32] В абсолютно изражение различията са много по-големи. По данни от Петия доклад за икономическо, социално и териториално сближаване, публичните разходи на човек от населението в България са под 3 хил. евро по паритет за покупателната способност, докато средно за ЕС те са 10 хиляди евро[33]. Въпреки това международни експерти и наблюдатели изказват становище за необходимостта от намаляване на квотата на държавните разходи в БВП като обща задача, която стои пред повечето новоприсъединили се към ЕС страни от ЦИЕ, в частност и пред България[34]. Действително данните показват недвусмислено, че когато са били на равнището на нашето икономическо развитие (70-те – 80-те години), сегашните развити европейски страни са поддържали нива на държавните разходи около 30 – 35%. Следователно има основание да се приеме, че стратегическа задача на разходната политика е постепенното снижаване на дела на публичните разходи в БВП.

Простото и повсеместно съкращаване на разходите обаче не е решение на проблема. Страната изостава чувствително от европейските стандарти по отношение на качеството на публичните услуги, а и относителното равнище (спрямо БВП) на бюджетните разходи е в долната част на европейската скала. То е в определеният като оптимален диапазон от 20 – 40 % от БВП, макар и по-близо до горната му граница. Съгласно типологията, предложена от В. Танзи и Л. Шукхнехт, България попада в категорията на страните с „малко правителство”, т.е. с публични разходи до 40%[35]. При такива условия, както следва и от теоретичния модел, намаляването

[31] Afonso, A., L. Schuknecht, V. Tanzi. Public Sector Efficiency: Evidence for New EU Member States and Emerging Markets. // European Central Bank Working Paper, № 581, January 2006, p. 29.

[32] Government finance statistics, Summary tables — 1/2011, p. 4.

[33] Инвестиране в бъдещето на Европа. Пети доклад за икономическо, социално и териториално сближаване. Европейска комисия, ноември 2010, с. 148.

[34] Вж. напр. Налогово - бюджетная политика и экономический рост: уроки Восточной Европы и Центральной Азии. Световна банка, 2007, с. 5–8.

[35] Tanzi, V., L. Schuknecht. Public Spending in the 20th Century: A Global Perspective. NY: Cambridge University Press, 2000.

на държавните разходи не може да даде значителен принос за ускоряване на растежа. Същевременно поддържането на достатъчен бюджетен потенциал е важно с оглед осигуряването на необходимото фискално пространство за използване на фискални стимули за растежа. Това не само е възможно, но и обективно необходимо поради належащите нужди от ускорено развитие и повишаване на качеството на публичната инфраструктура, комуникациите, от подобряване на здравеопазването и образованието с оглед натрупването на човешки капитал, от решаването на редица други често и критични проблеми пред публичния сектор.

Ето защо, според нас, поне на този етап не е приемлива тезата, че източниците на растежа трябва да се търсят в съкращаването на общия размер на публичните разходи. Трябва също така да се подчертае, че снижаването на публичните разходи в условията на формиращи се пазари не води задължително към развитие на частната инициатива, особено когато това ограничава възможностите на правителствата да коригират пазарните дефекти на новите пазари и да укрепват институциите, които подпомагат развитието на предприемаческите инициативи на частния сектор[36].

Не е без значение и влиянието, което свиването на разходите ще окаже върху равнището на вътрешното търсене (в краткосрочен план), както и върху развитието на потенциала за дългосрочен растеж на българската икономика. Отчитането на тези фактори показва, че в средносрочен план няма реални възможности за намаляване на бюджетните разходи. Без цялостно реформиране на публичните дейности и повишаване на тяхната ефективност, намаляването на равнището на финансиране на публичния сектор при съществуващите условия ще доведе до срив на много бюджетни системи. Намаляването на бюджетното натоварване на икономиката и едновременно с това увеличаването на размера на бюджетните ресурси за поддържане на основните бюджетни звена е задача, която може да се реши само в дългосрочен план на базата на продължителен висок и устойчив икономически растеж. Само при такива условия бюджетните разходи могат да нарастват и едновременно с това плавно да се намалява техният дял в БВП.

Трябва да се отбележи също, че през последните години опитът от стопанското развитие на редица страни значително коригира „пазарния” оптимизъм от 90-те години и разбирането за степента, в която частната инициатива може да компенсира и поеме отговорностите на публичния сектор в редица специфични области, в това число и за ключовите инвестиции в инфраструктурата. В един от последните доклади на съвместния Комитет за развитие на Световната банка и МВФ се изтъква, че бързият ръст на такива икономически системи като Китай и Виетнам е убедително свидетелство, че осигуряването на ефективни обществени разходи в ключови области (инфраструктура, обучение, научна и развойна дейност и пр.) може да има значителен принос за ускоряване на растежа и повишаване на благосъстоя-

[36] В пространно изследване С. Гупта и др., оценявайки измененията в размера на публичния сектор в 24 страни в преход (в т. число и България), правят заключението, че по-голямо внимание заслужават възможностите за рационализиране на публичните разходи (и дейността на публичния сектор като цяло), отколкото тяхното общо съкращаване. Вж. Gupta, S., L. Leruth et al. Transition Economies: How Appropriate Is the Size and Scope of Government? // IMF Working Paper No. 01/55 May 2001, pp. 30 – 31.

нието. От друга страна, опитът от последните десетилетия на много страни от Латинска Америка показва че намаляването на ефективните публични разходи има задържащо влияние върху темповете на икономически растеж[37].

В годините след приемането на паричен съвет България следва бюджетна стратегия, която подчертано дава предимство на фискалната стабилност, бюджетните икономии и подобряването на бюджетното салдо. Това до голяма степен се определя от ограничителния режим на паричен съвет. По презумпция такъв режим изисква по-предпазлива бюджетна политика и поддържане на нисък държавен дълг.

В съответствие с това бе постигнат значителен успех в цялостно фискално балансиране и намаляване на външно дългово натоварване на икономиката **(таблица 4).**

Таблица 4

Основни показатели на консолидираната фискална програма на България – *в % от БВП*

ПОКАЗАТЕЛИ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Общи приходи	39.8	38.7	40.7	41.7	42.9	40.3	42.6	40.9	36,8	34,3	34,00
Общи разходи	40.8	39.4	40.7	40.0	39.8	37.1	39.1	38.0	39,7	37,7	36,5
Бюджетен баланс	-0.6	-0.7	0.0	1.7	1.9	3.2	3.5	2,9	-2,9	-3,4	-2,5
Брутен държавен дълг	66,0	52,4	44,4	37,0	27,5	21,6	17,2	13,7	14,6	16,2	16,3

* *Програма*

Източник**: По данни на Министерството на финансите за консолидираната фискална програма 1998 – 2010 – национална методология* ***(http://www.minfin.bg/bg/statistics/13).

Системната фискална консолидация, базирана главно на нарастване на приходната част на бюджета, доведе до намаляване на дефицита на консолидирания бюджет от 2,5% от БВП през 1997 г. до балансирано състояние през 2003 г. Продължилият след 2003 г. сравнително бърз растеж на БВП, основан предимно на силно вътрешно търсене и приток на чужди инвестиции, позволи да се генерират изключително високи приходи от косвените данъци. В резултат на това бюджетното салдо стана положително и до началото на кризата няколко поредни години бележеше рекордни излишъци. Общо за периода 2001 – 2008 г. средногодишните бюджетни излишъци са около 1,5% от БВП, което, като се изключи Естония, е безпрецедентно сред страните от ЕС. Развоят на кризата не позволи запазването на положително бюджетно салдо. Строгата фискална политика обаче бе продължена и бюджетните дефицити бяха ограничени на равнища, които се оказаха едни от най-ниските в ЕС.

[37] Вж. Fiscal Policy for Growth and Development... op. cit.

Безспорно стабилизирането на фискалната позиция е важен положителен резултат от водената бюджетна политика. Въпреки това балансирането на бюджета и генерирането на бюджетни излишъци далеч не може да се счита за достатъчен критерий за „добра" фискална политика. Абсолютизирането на този критерий пренебрегва значително по-широките макроикономически цели на фискалната политика. Подобно стеснено разбиране за „добра" фискална политика означава, че разходите се разглеждат като пасивен елемент на бюджетното изпълнение и просто трябва да се държат под размера на общите приходи с оглед постигането на устойчиво състояние на баланса на сектор държавно управление.

По-общият смисъл на тази политика е презумпцията за ползата от „малко правителство". Всъщност самата идея, че има една обективна и независима променлива (размера на държавните разходи), която еднозначно и синтезирано определя ефикасността на фискалната политика, несъмнено изглежда доста ограничена и примитивна.

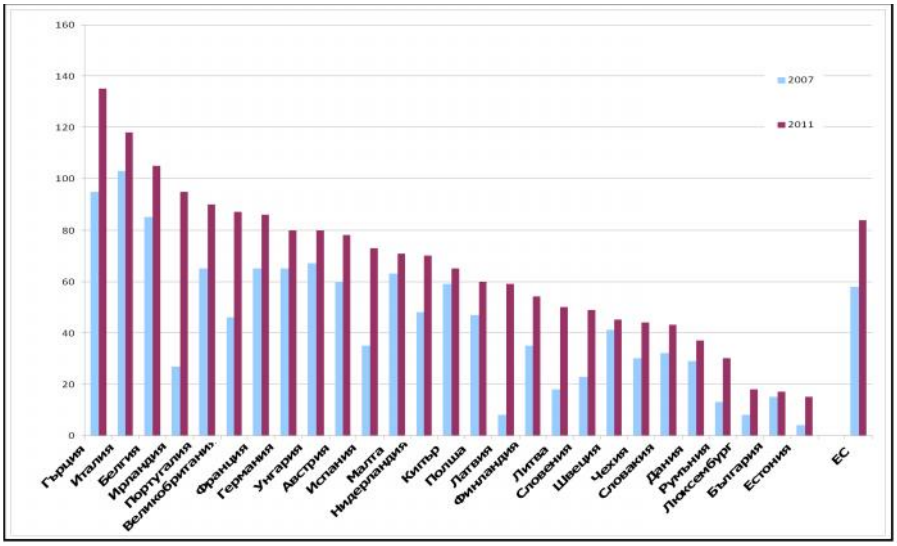
Както показва бюджетната статистика, заедно с консолидацията на публичните финанси в България, е налице процес на изменение в общото равнище на разходите. След приемането на паричния съвет ефективните нива на разходите на консолидирания бюджет отбелязаха известно повишаване, като достигнаха 39 – 40% от БВП и през следващите 7 – 8 години се запазват на това равнище. Това осигуряваше темп на растеж на общите разходи, идентичен с растежа на БВП, постигнат за съответния период. След 2008 г. обаче както в резултат на кризата, така и на водената политика на съкращаване на публичните разходи, техният дял в БВП спадна с 1 – 2 процентни пункта, достигайки 37,7% през 2010 г., равнище, което е малко по-високо само от това в Румъния.

Същевременно общите спестявания на сектор държавно управление (Gross saving general government) средно за периода 2001 – 2010 г. достигнаха 5% от БВП и са по-големи с 12 процентни пункта спрямо 1991 г., когато са били отрицателни в размер на 7% от БВП. Правителствените спестявания в България всъщност са относително най-големи в ЕС, с изключение на тези в Люксембург. За сравнение ще посочим, че средно за всички страни от ЕС позицията на правителството е отрицателна в размер на – 3% от БВП[38]. Обратната страна на високите правителствени спестявания е фактът, че крайното правителствено потребление в България за 2010 г. е 16,2% от БВП при 22,5% средно за ЕС и има отрицателен принос за растежа на БВП[39]. Като цяло посочените данни говорят не толкова за добра бюджетна политика, колкото за силни фискални рестрикции и за това, че фискът тегли ликвидност от частният сектор и е източник на отрицателни импулси за разполагаемия доход, вътрешното търсене и икономическия растеж.

Линията на прекомерни бюджетни икономии и поддържане на фискална свръхустойчивост при съществуващото равнище на реални доходи и нерешени критични проблеми в редица бюджетни дейности не е икономически и социално оправдана. Цената на строгите ограничения и стабилните фискални показатели са ниските доходи, нерешените инфраструктурни проблеми, недофинансирането на редица важни за качеството на живота и за факторите на растежа публични услуги.

[38] Statistical Annex of European Economy. Spring, 2010, p. 123.
[39] Op. cit., p. 147.

Не може да се счита за икономически обосновано и форсираното намаляване на публичния дълг. Стигна се до абсурдната ситуация най-бедната страна в ЕС да поддържа най-ниско (след Естония) равнище на държавен дълг спрямо БВП (вж. **фигура 3**).



Източник: *Пети доклад за икономическо, социално и териториално сближаване. Европейска комисия, ноември 2010 г., с. 171.*

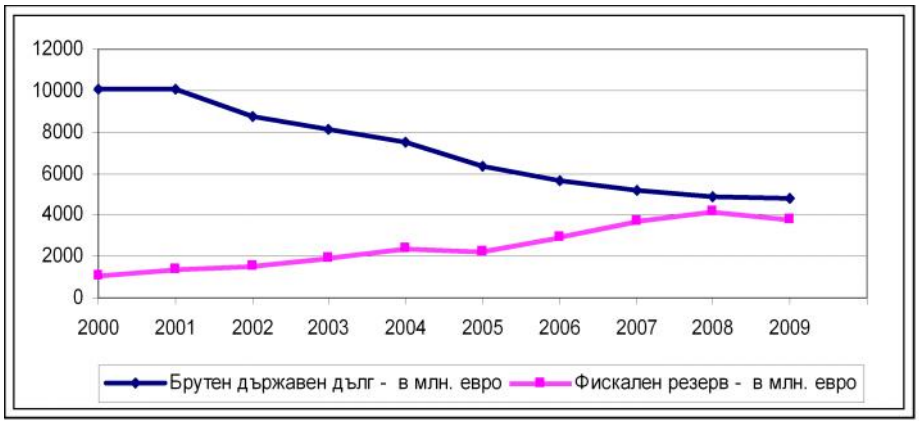
Фиг. 3. Брутен държавен дълг на страните от ЕС – в % от БВП

Въпреки несъмнената необходимост от провеждане на „благоразумна" фискална политика, поддържането на толкова ниско дългово равнище не може да се обясни със съображения за фискална устойчивост и едва ли е най-добрият вариант за средносрочната и дългосрочната фискална политика предвид задачите пред макроуправлението и националните приоритети[40]. Без ясен и икономически обоснован целеви ориентир за равнището на дълга, политиката на неговото по-нататъшно намаляване няма логично обяснение. Тя не може да бъде оправдана нито с очакваното повишаване на разходите от застаряване на населението, нито пък може да даде някакъв принос за повишаване доверието на инвеститорите.

Още след 2006 г. квотата на държавния дълг в БВП спадна под 20% (при средно над 60% за ЕС), а нетният дълг, оценяван като разлика между брутния дълг и фискалния резерв, започна да се движи към нулево равнище (**фигура 4**). Нещо

[40] Коментирайки тази линия в дълговата политика, Г. Ганчев изтъква, че тя „превръща държавата в кредитор на Европа. Размерът на нетния кредит, който предоставяме на останалия свят, засега е от порядъка на 10% от БВП" . Вж. Ганчев, Г. Циментираме се като най-бедни в ЕС (http://www.europe.bg/htmls/page.php?category=223&id=11735).

повече – по оценка на МВФ, отчитаща и наличните правителствени активи, след 2006 г. нетният държавен дълг на България е отрицателна величина и е на равнище около минус 10% от БВП[41].



Източник: *По данни на Министерството на финансите и годишните отчети на БНБ.*

Фиг. 4. Динамика на брутния държавен дълг и фискалния резерв – в млн. евро

Очевидно продължилото след 2006 г. намаляване на държавния дълг нямаше никаква икономическа логика, а беше само пречка за динамизиране на растежа и водеше до забавяне на модернизацията на публичната инфраструктура. При съществуващата тогава висока ликвидност на капиталовите пазари умереното използване на дългов ресурс беше подходящ начин, без сериозен фискален риск, да се решат редица проблеми на публичния сектор, касаещи подобряването на човешкия капитал и конкурентоспособността на българската икономика. С други думи, алтернативата на политиката на бързо съкращаване на дълга беше при запазване на достатъчно стабилна фискална позиция да се подобри финансирането на публичния сектор и да се ускорят структурните реформи за модернизиране на икономиката.

Според последната конвергентна програма на България, ограничителният характер на водената фискална политика ще се запази и в периода до 2014 година. Въпреки прогнозираното отрицателно отклонение на фактическия от потенциалния БВП, програмата предвижда значителна фискална консолидация.

[41] Вж. Fiscal Monitor, IMF, April, 2011, p. 128.

Таблица 5

Отклонение на фактическия от потенциалния БВП – в %

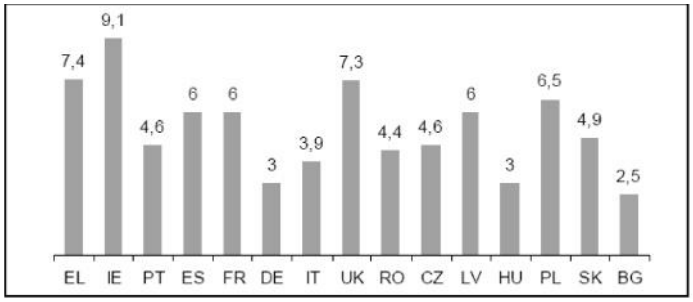
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Отклонение от потенциалния БВП	1.7	2.8	3.1	3.7	4.3	5.0	-2.9	-4.8	-4.0

Източник: *Statistical Annex of European Economy. Spring, 2010, p. 204.*

В съответствие с това в средносрочната фискална рамка е заложено бързо съкращаване на бюджетния дефицит, като целевите нива по години са съответно – дефицит от 2,5% от БВП за 2011 г., 1,5% за 2012 г., 1,0% за 2013 г. и 0,5% за 2014 г. Консолидационното усилие е в размер на 0,5% от БВП за всяка година от периода, с изключение на 2011 г., когато положителната корекция на дефицита е 1% от БВП[42].

В сравнение с другите страни от ЕС в средносрочен план България си поставя най-амбициозните консолидационни цели на фона на слабите резултати и бавното възстановяване на реалната икономика. Целевото ниво на бюджетния дефицит за 2011 г. от 2,5%, предвидено в средносрочната фискална програма, е едно най-ниските в съюза и далеч не съответства на състоянието на икономиката и на реалните рискове за стабилността на публичните финанси (**вж. фигура 5**).

Няма съмнение, че сдържаната фискална политика остава централен стълб на макроикономическата стратегия в средносрочен план, до включване в Еврозоната. В съответствие с това контролът върху бюджетните разходи и консолидирането на публичните финанси е адекватна линия в бюджетната политика. От гледна точка на степента и продължителността на фискалната рестрикция обаче, нещата не стоят по този начин. Има тенденция бюджетната стабилност да се поставя над макроикономическата и социалната стабилност.



Източник: *Фискалната политика в Европейския съюз 2008 – 2011 г.: кратък обзор. Министерство на финансите, София, 2010, с. 16.*

Фиг. 5. Целево ниво на бюджетен дефицит за 2011 г. на избрани страни от ЕС (% от БВП)

[42] Конвергентна програма 2011 – 2014, с. 25.

Стабилността е важна за България и фискалната политика трябва да гарантира запазването на режима на паричен съвет, както и да осигурява достатъчно буфери за абсорбиране на макроикономическите шокове. Но наред със стабилността, за страната е от стратегическо значение осигуряването на ускорено развитие и модернизация на икономиката. Затова пренебрегването на възможността силната фискална позиция да бъде използвана за повишаване на ръста на икономиката и подобряването на нейната конкурентоспособност без заплаха за фискалната стабилност не може да се приеме като добро решение.

Тезата, че стабилната фискална позиция повишава доверието на финансовите пазари и е стимул за привличане на чуждестранни инвестиции има своята логика, но не трябва да се интерпретира ограничено. Не е реалистично да се мисли, че съкращаването на разходите и поддържането на ниски фискални дефицити само по себе си е достатъчно за насърчаване на частните инвестиции, били те местни или чуждестранни. Когато стабилността на бюджета се постига с цената на декапитализация на публичния сектор, изоставане в модернизацията на инфраструктурата, недостиг на средства за образование, квалификация, научни изследвания и пр., това може да има само негативно влияние върху привлекателността на страната като място за инвестиране и върху равнището на конкурентоспособност[43].

Във взаимодействието между публични и частни инвестиции всъщност се наблюдават два ефекта – т.нар. ефект на изтласкване (crowding out) и ефект на привличане на частни инвестиции (crowding in). Значителен брой изследвания доказват, че в условията на функционираща пазарна икономика публичните инвестиции могат да стимулират капиталообразуването в частния сектор, особено в средно- и дългосрочна перспектива. Свиването на разходите не позволява публичният сектор да оказва достатъчна подкрепа за увеличаване на инвестиционната активност. Ниският обем бюджетни разходи задържа развитието и модернизирането на базисната публична инфраструктура и особено на транспортната мрежа. Неразвитостта на публичната инфраструктура е една от причините (макар и не единствена) основната част от чуждестранните инвестиции да се концентрира в такива сектори като търговията на едро и дребно, енергетиката, недвижимите имоти и бизнес услугите, които са ориентирани към вътрешния пазар и имат малък принос за развитие на конкурентни предимства на страната[44].

Оценката на зависимостта между промените в бюджетната позиция и инвестиционната активност за периода 2000 – 2010 г. дава резултати, които показват, че

---

[43] Показателни в това отношение са оценките в глобалния доклад за конкурентоспособност 2010 – 2011 г. (The Global Competitiveness Report 2010 – 2011), според който България е на 71 място в света по конкурентоспособност. Докладът отчита такива фактори като ефективност на институциите в публичния сектор, състояние на инфраструктурата, здравеопазване, образование, икономическата стабилност, развитие на финансовите пазари и т.н. Една от основните причини, която ни отрежда това незавидно място, е лошото състояние на инфраструктурата, показател по който сме на 80 място сред класираните страни. Много от челните места се заемат от страни с високи публични разходи – Швеция е втора, Финландия, Холандия и Дания са съответно на 7, 8 и 9 място, Чехия и Полша на 36-то и 39-то. The Global Competitiveness Report 2010 – 2011. World Economic Forum. Geneva, 2010, pp. 4-9, 15-17.

[44] Вж. Пътят към успешна интеграция в Европейския съюз – политическият дневен ред. Документ на Световната банка. Ноември 2005, с. 4-5.

една по-експанзивна фискална политика може да има позитивно влияние върху обема на инвестициите в българската икономика. Изчислените от нас коефициенти на корелация между изменението на салдото по консолидирания бюджет и брутните инвестиции са положителни, макар и със сравнително ниски стойности, т.е. разхлабването на бюджетната рестрикция може да има определен стимулиращ ефект за растежа на инвестициите (**вж. таблица 6**).

Таблица 6

Зависимост между промените на бюджетно салдо и брутните инвестиции

	ПРИ ЛАГ ОТ 1 Г.	***ПРИ ЛАГ ОТ 2 Г.***	***ПРИ ЛАГ ОТ 3 Г.***	***ПРИ ЛАГ ОТ 4 Г.***
Коефициент на корелация	0,119	0,310	0,271	0,218

В съответствие с теоретичните предположения най-силна е зависимостта при лаг от 2 години, като общият комулативен ефект в средносрочен период е достатъчно значим, за да бъде пренебрегван.

Очевидно след успешната консолидация на публичните финанси и редуцирането на външнодълговото натоварване пред макроикономическото управление възникна възможност да се коригира силно консервативната позиция за дълга и фискалния риск за сметка на инвестициите и растежа. Ситуацията във фискалната сфера позволява да се приемат по-малко напрегнати бюджетни цели (ако се наложи и ограничени временни дефицити), за да се осигурят бюджетни ресурси, необходими за икономическо преструктуриране, смекчаване тежестта на кризата върху бизнеса и уязвимите социални слоеве и по-бърза конвергенция на доходите с тези в ЕС.

За решаване на тези наистина важни въпроси на социално-икономическо развитие на страната е необходимо по-гъвкаво определяне на бюджетни цели и тяхното своевременно ревизиране с оглед икономическото развитие и промените във фискалната среда. Фискалната политика следва да бъде максимално адаптивна към ограниченията и критериите, заложени в европейския Пакт за стабилност и растеж, без да отива към излишно „преизпълнение” на изискванията за устойчивост, така че фискът да стане източник на положителни, а не на негативни импулси към реалната икономика. Всички данни говорят, че планираните средносрочни бюджетни цели предвиждат ненужно голям запас от сигурност, което не отговаря нито на размера на дълга, нито на основните предизвикателства пред политиката, които сега се концентрират около необходимостта от мерки за смекчаване на влиянието на финансовата криза върху националната икономика и свързаните с това проблеми по осигуряване на средства за инвестиции в публичната инфраструктура и съфинансиране на европейските проекти.

3. Съставът и структурата на държавните разходи и икономическия растеж

3.1. Производителни и непроизводителни разходи

Съгласно ендогенната теория за растежа, подобряването на състава на държавните разходи и увеличаването на тази част от тях, която се насочва в продуктивни направления, е важен фактор за повишаване на „качеството" на публичните финанси и техния принос за икономическия растеж[45].

Съставът на държавните разходи влияе върху икономическия растеж, доколкото някои категории публични дейности и услуги засягат по-непосредствено детерминантите на растежа и преразпределението на държавните ресурси към такива категории може да повиши тяхната ефективност и приноса им за растежа.

Най-общо държавните разходи и доставяните с тях публични услуги могат да оказват положително влияние върху растежа в случаите, когато спомагат за нарастване на предлагането и по-високата ефективност на входните фактори за частната стопанска дейност[46]. Такъв характер имат преди всичко публичните разходи за здравеопазване, образование, обучение и квалификация на работната сила, които увеличават човешкия капитал, както и тези разходи (за инвестиции и за научни изследвания), които имат принос за инфраструктурното и технологичното развитие. Тази „производителна" част от публичните разходи е не по-малко важна за растежа от частния капитал и труд, защото увеличава продуктивността на човешкия и физическия капитал и осигурява по-добро съгласуване и взаимодействие на частната стопанска активност.

Публичните разходи служат като фактор за растежа и в случаите, когато са инструмент за отстраняване на пазарните несъвършенства и когато осигуряват финансиране на дейности, които пазарните механизми не са в състояние да поддържат на оптимално от гледна точка на икономическата активност равнище. Те имат важно значение и за развитието и функционирането на институционалната среда (правила, норми и институции), която играе ключова роля за растежа, създавайки условия за ефективни и конкурентни пазари, за намаляване на неопределеността на бизнес средата, за по-добро управление на рисковете и в крайна сметка за минимизиране на операционните разходи на частния сектор[47].

---

[45] В редица документи на Европейската комисия и ЕКОФИН повишаването на качеството на публичните финанси и ролята им за растежа и заетостта се свързва именно с насочването на публичните ресурси към производителни разходи в здравеопазването, образованието, науката и физическата инфраструктура. Вж. напр.: The contribution of public finances to growth and employment: improving quality and sustainability. // Report from the Commission and the (ECOFIN) Council. Brussels, 12.03.2000.

[46] Р. Бароу изтъква, че именно положителното влияние на „входа" на частната дейност определя производителната роля на държавните разходи и тяхното значение за растежа. Barro, R. Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth. // NBER Working Paper No. 2588, May 1988, p. 9; Вж. също: Zagler, M., G. Durnecker. Fiscal policy and economic growth.// Journal of Economic Surveys, № 37, 2003; Easterly, W., S. Rebelo, Fiscal Policy and Economic Growth: An Empirical Investigation. // CEPR Discussion Paper № 8, 1994.

[47] Вж. Afonso, A., W. Ebert, L. Schuknecht and M. Thцne. Quality of public finances and growth. // European Central Bank, WP Series, № 438, 2005, pp. 9-10.

Тезата за производителния характер на част от публичните разходи в теорията за ендогенния растеж се съчетава с разбирането, че позитивната роля на тези разходи както по отношение на осигуряването на публични услуги, така и по отношение на допълнителното финансиране на дейности с положителни външни ефекти, се проявява само, ако те се насочват в области, където социалната възвръщаемост е по-голяма от частната. Освен това даже „най-производителните" разходи, могат да носят полезен ефект само до това равнище, при което социалните (и частните) изгоди от тяхното увеличаване се изравнят със социалните пределни разходи за набиране на допълнителни бюджетни средства за тяхното финансиране. По такъв начин при оценка на възможните положителни ефекти от увеличаване на производителните елементи на разходите трябва да се отчитат и ефектите от необходимото допълнително данъчно натоварване. Всичко това прави сложен и трудно поддаващ се на точна оценка въпросът за идентификацията на производителните и непроизводителните разходи.

В литературата, изследваща връзката между публичните финанси и растежа, държавните разходи се групират по различен начин. Най-често те се разделят по икономически признак в три широки категории: разходи за публични инвестиции, разходи за публично потребление и разходи за социална защита и преразпределение на доходите. В друга част от изследванията вниманието се насочва към функционалната (секторната) класификация на разходите, като се разглежда влиянието върху растежа на държавните разходи по бюджетни функции – образование, здравеопазване, научна и развойна дейност, транспорт, комуникационна инфраструктура и пр.

При икономическата класификация обикновено като производителни се определят публичните инвестиции, а като непроизводителни – разходите, свързани с публичното потребление и отчасти социалните разходи[48]. Тази опростена структура обаче не позволява задоволително идентифициране на производителните и непроизводителните разходи. Очевидно публичните инвестиции са по-тясно понятие от „производителни разходи". Несъмнено те могат да съдействат за растежа, тъй като пряко увеличават основния капитал в икономиката. Освен това чрез развитието на материалната инфраструктура те подобряват бизнес средата за частните инвестиции и намаляват някои частни разходи. Но едва ли производителните публични разходи се свеждат само до инвестиционните разходи. Обикновено публичните инвестиции са ограничени до 2 – 3% от БВП или представляват около 5 – 6% от общите публични разходи. Освен това инвестиционните разходи в публичния сектор могат и да не са производителни, ако са свързани с неефективни проекти или ако изтласкват частни инвестиции. Както показват конкретните изследвания, в определени случаи текущите разходи могат да бъдат по-ефективни и да подпома-

[48] В едно от първите изследвания за влиянието на фискалните агрегати върху растежа, Р. Бароу, въз основа на данни за 98 страни установява отрицателна корелация на разходите за държавно потребление с темповете на растеж и положителна, макар и слаба корелация с инвестиционните разходи.(Barro, R. Economic Growth in a Cross Section of Countries. // Quarterly Journal of Economics, №106, 1991, pp. 407-430). Инвестициите се оценяват като „производителен разход" и в редица други по-ранни изследвания. Така например W. Easterly и S. Rebelo намират най-тясна корелация между растежа и общите правителствени инвестиции. (Easterly, W., S. Rebelo. Fiscal Policy and Economic Growth: An Empirical Investigation. // NBER Working Paper, № 4499, May 1994).

гат растежа, като съдействат за натрупването на човешки капитал, институционално и технологическо развитие и подобряване на средата за стопанска дейност[49].

По тази причина в по-новите изследвания вниманието се насочва главно към функционалната (секторната) класификация на разходите, като се разглежда влиянието върху растежа на различните категории бюджетни разходи във функционален разрез. Макар че пълен каталог на „производителните" разходи, фиксирани по бюджетни функции, не е възможен, секторните изследвания дават доказателства, че съществува ядро от публични разходи, които имат съществено значение за функционирането на икономиката и растежа. Като „производителни" и имащи съществен положителен ефект върху темповете на дългосрочен растеж обикновено се определят разходите в транспортната и комуникационна инфраструктура, образованието[50], здравеопазването, научната и развойната дейност[51]. При това почти еднозначни са оценките, че натрупването на човешки капитал чрез развитие на образованието е ключов стимул за ускоряване на растежа[52].

Данните от емпиричната литература също така показват, че публичните разходи за подобряването на инфраструктурната система и нейното качество имат значително положително въздействие върху перспективата за дългосрочен растеж, тъй като степента на развитие и качеството на инфраструктурата е важен фактор за инвестиционния климат във всяка страна[53]. В съответствие с резултатите от емпиричните оценки типичната категоризация на разходите на производителни и непроизводителни по функционален признак е представена в **таблица 7.**

Трябва обаче да се отбележи, че това широко разграничение на разходите на производителни и непроизводителни по функционален признак е твърде приблизително и вероятно на практика значение имат фактическите модели на разходната политика във всяка отделна област.

---

[49] Devarajan, S., V. Swaroop and H. Zou. The composition of public expenditure and economic growth. // Journal of Monetary Economics, № 37, April 1996. pp. 313-344.

[50] Според Р. Баро една допълнителна година образование допринася за повишение на растежа на продукцията с 0.44% средногодишно. Вж. Barro, R. Education and Economic Growth. February, 2000 (http://www.oecd.org) .

[51] Вж.: Afonso, A., W. Ebert, L. Schuknecht and M. Thцne. Quality of public finances and growth. // European Central Bank, WP Series, № 438, 2005, pp. 31-32 ; The contribution of public finances to growth and employment: improving quality and sustainability. // Report from the Commission and the (ECOFIN) Council. Brussels, 12 March 2001; Bose, N., M. Haque and D. Osborne, Public expenditure and economic growth. A disaggregated analysis for developing countries. Centre for Growth and Business Cycle Research, Economic Studies, University of Manchester, 2003; Adam, C., D. Bevan. Fiscal deficits and growth in developing countries. // Journal of Public Economics, № 89, 2005, pp. 571-597.; Haque, M. The composition of government expenditure and economic growth in developing countries. // Global Journal of Finance and Economics, № 1, 2004, pp. 97-117.

[52] Вж напр. Mankiw, G., D. Romer and D. Weil. A Contribution to the Empirics of Economic Growth. // Quarterly Journal of Economics, 107, 1992, pp. 407-437.
Върху производителните ефекти на категориите разходи, свързани с натрупването на човешки капитал, акцентират и оценките на Европейската комисия, посветени на тази проблематика. Public Finance in EMU. // European Economy, № 3, 2003, p. 110.

[53] Hiebert, P., A. Lamo, D. de Avila and J. Vidal. Fiscal Policies and Economic Growth in Europe: An Empirical Analysis, in: The Impact of FiscalPolicy, Banca d' Italia, 2002.

Таблица 7

Класификация на публичните разходи според влиянието им върху дългосрочния икономически растеж

ПУБЛИЧНИ РАЗХОДИ ПО ФУНКЦИИ	
ПРОИЗВОДИТЕЛНИ РАЗХОДИ	**НЕПРОИЗВОДИТЕЛНИ РАЗХОДИ**
- Образование - Здравеопазване - Транспортна инфраструктура и комуникации - Социално осигуряване, подпомагане и грижи – при ниски и средни нива - Вътрешен ред и сигурност	- Общи публични услуги - Отбрана - Жилищно строителство и благоустройство - Почивно дело, култура и религиозни дейности - Икономически дейности и услуги (без разходите за транспортна инфраструктура и комуникации) - Социално осигуряване, подпомагане и грижи – при високи нива - Разходи, некласифицирани в другите функции

Източници: *Съставена от автора на базата на: Gemmel, N. and R. Kneller. Fiscal Policy, Growth and Convergence in Europe. // EEG Working Paper No. 14, 2002, p. 6; Benos, N. Fiscal Policy and Economic Growth: Empirical Evidence from OECD Countries.// Discussion Paper, No. 1, 2005, pp. 7-8.*

Сложността и нееднозначността на интерпретацията на понятията производителни и непроизводителни разходи се потвърждава и от конкретните оценки на дела на производителните разходи. В тях производителните компоненти на държавните разходи варират от 5 до над 40% от общия размер на разходите[54]. Тези големи различия показват, че общите оценки могат да бъдат полезни за да се установи кои бюджетни категории се явяват „средно” по-производителни, но в крайна сметка ефектите на разходната политика са в зависимост от такива специфични условия, като достигнатото равнище и насоките на използване на даден вид разходи, общото равнище на публичните разходи, качеството на финансовото управление и пр.

Значение има и специфичната композиция и направления на използване на всяка по-широка категория публични разходи. Например в областта на инвестициите в инфраструктурата тази част от инвестициите, която се насочва към транспортната инфраструктура и комуникациите, показва най-силни ефекти върху растежа. При разходите за образование по-висока възвръщаемост се констатира за разходите в основното образование.

В крайна сметка, всичко това означава, че идентификацията на производителните и непроизводителните разходи зависи преди всичко от конкретните потребности на отделните страни и в частност от степента на развитие и качеството на съществуващата инфраструктура, факторната осигуреност и институционалната структура.

[54] Public finances in EMU. // European Economy, №3 , 2004, pp. 188-189.

Предмет на продължителен дебат и един от особено спорните въпроси е въпросът за връзката между социалните разходи и растежа. Веднага следва да се изтъкне, че ендогенните модели на растежа позволяват да се даде едно по-обосновано и реалистично разглеждане на ролята на социалните разходи и политиката на преразпределение на доходите в сравнение с неокласическите модели, в които е прието, че тази политика е свързана единствено с обмен на ефективност срещу по-голямо равенство и справедливост. Напротив, в ендогенните теории преразпределението не е непременно вредно за растежа. Политическите и социалните фактори могат да ускорят растежа на икономиката, ако преразпределението намалява неравенството, консолидира интересите и отстранява социалните конфликти[55]. Социалните разходи могат да бъдат непроизводителни и да пречат на растежа, само в случай че тяхното равнище е прекомерно високо и внася деформации в действието на пазарните механизми.

Данните от последните две десетилетия показват, че в бюджетните структури на напредналите икономики се наблюдава тенденция на приоритетно нарастване на разходите за увеличаване на човешкия потенциал, иновациите и научно-технологичното развитие. Изменя се съотношението между разходите за осигуряване на традиционните държавни функции (издръжка на общодържавните служби, вътрешен ред и сигурност, национална отбрана) и разходите, свързани с функции, които изразяват променящата се роля на съвременната държава – здравеопазване, образование, научна и развойна дейност, материална и информационна инфраструктура.

При това колкото по-висока е степента на развитие, толкова по-малък е делът на разходите за традиционните функции на държавата и по-голям е делът на разходите, насочени към социалното развитие и човешкия капитал. В напредналите страни за осигуряване на традиционните функции се харчат около 11% от бюджетните средства, докато над 70% се използват в направления, свързани с формирането на икономиката на знанието и повишаване на ролята на науката и технологиите за ефективно икономическо развитие. Насочването на бюджетните разходи в продуктивни направления, където те имат най-голям принос за активизиране на съвременните фактори за икономически растеж намира израз във високите относителни размери на разходите за образование – над 4,6% от БВП средно за страните от ОИСР, както и тези за здравеопазване – над 5,5%. Непрекъснато нарастват и държавните разходи за научна и развойна дейност, които сега са около 3% от БВП[56].

Тенденциите на преструктуриране на публичните разходи е ясно изразена и в страните от ЕС. За периода 1990 – 2009 г. делът на общите разходи за осигуряване на традиционните държавни функции (общи публични услуги, отбрана, ред и сигурност, икономически дейности и жилищно строителство и благоустройство) е съкратен от 21,3% от БВП на около 15,6%, при едновременно абсолютно и относително увеличаване на разходите, свързани с развитието на човешкия капитал – образование, здравеопазване, социална защита[57].

---

[55] Вж.: Persson, T., G. Tabellini. Is Inequality Harmful for Growth? // The American Economic Review, Vol. 84, № 3, Jun, 1994, pp. 600-621; Benabou, R. Inequality and Growth. // CEPR Discussion Paper, № 1450, 1996.

[56] Вж.: Рогов, С. Функции современного государства; вызовы для России Ч. I. // Свободная мысль. 2005. № 7, с. 61; Гаман-Голутвина, О. Меняющаяся роль государства в контексте реформ.

[57] Public finances in EMU – 2009. // European Economy, № 5, 2009, p. 84.

3.2. Структурата на публичните разходи в България

На фона на посочените по-горе тенденции, сравненията с процесите в структурата на държавните разходи в България разкриват повече различия, отколкото синхронност. Данните за структурата на разходите на консолидирания бюджет *по икономически елементи* (**таблица 8)** показват значително (няколкократно) намаление на разходите за лихви по вътрешния и външния държавен дълг. Освободеният ресурс се насочва основно за увеличаване на дела на публичните инвестиции, които бележат значително нарастване в края на периода – от около 4% от БВП в началото на 2000-те години на 8% през 2008 г. Намаление с 1–2-процентни пункта се наблюдава и при разходите за финансиране на текущото правителствено потребление (работни заплати, осигуровки и издръжка), както и при разходите, свързани с преразпределителната функция на бюджета (субсидиите и социалните трансфери).

Таблица 8

Разходи на консолидирания държавен бюджет
(млн. лв. по текущи цени)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Общо разходи									
- млн. лв.	12 096.5	12 732.5	14 068.8	15 266.6	16 678.5	18 286.4	22 103.4	24 731.0	29 430.2
- % от БВП	40.8	39.4	40.7	40.0	39.8	37.1	39.1	38.0	39.7
Правителствено потребление*									
- млн. лв.	4 744.1	5 381.3	6 032.4	6 530.7	6 992.3	7 510.1	8 629.7	9 389.6	10 742.0
- % от БВП	16.0	16.6	17.4	17.2	16.3	15.2	15.3	15.2	14.6
Преразпре-деление									
- млн. лв.	4 897.1	5 472.8	6 071.2	6 414.3	7 235.2	7 935.0	8 710.4	9 685.3	11 948.6
- % от БВП	16.5	16.9	17.6	16.7	16.9	16.1	15.4	14.7	16.3
Капиталови разходи и прираст на резерва									
- млн. лв.	1 287.9	1 211.7	1 241.2	1 556.4	2 101.3	2 479.5	3 830.7	4 966.0	6 062.6
- % от БВП	4.3	3.7	3.6	4.1	4.9	5.0	6.8	7.0	8.2
Лихвени разходи									
- млн. лв.	1 105.7	712.8	723.9	697.4	685.6	640.3	630.8	668.1	647.5
- % от БВП	3.7	2.2	2.1	1.8	1.6	1.9	1.1	1.1	0.9

* *текущи разходи за заплати, стипендии, осигуровки и издръжка*

Източник: *Данни на Министерството на финансите и собствени изчисления.*

Тези промени изразяват положителна тенденция към намаляване на бюджетните средства за финансиране на неефективни и неприсъщи за бюджета дейности и увеличаване дела на производителните разходи.

Сега в структурата на разходите на консолидирания бюджет преразпределителната функция (социални трансфери и субсидии) заема най-голям дял като ангажира около 40% от бюджетните ресурси. Около 38% от общите разходи се използват за финансиране на текущото правителствено потребление. Инвестиционните разходи са на равнище 18 – 20%, а разходите за лихви по държавния дълг са 2–3%.

От гледна точка на ефективността на разходната структура по икономически елементи, като най-положителна тенденция следва да се посочи активизирането на инвестиционната дейност. Докато дълго време целият прираст на приходите и постъпленията от приватизацията се насочва за социални разходи, след 2003 г. важен приоритет на разходната политика е увеличаването на публичните инвестиции. Така капиталовите разходи на бюджета през 2008 г. възлизат на 4 966,0 млн. лв., което представлява ръст от около 30% спрямо предходната година, а през 2009 г. се предвиди ново нарастване на тези разходи с 20,8%[58].

Сферите, към които се насочва основната част от инвестициите през последните години, са: транспорт, отбрана и сигурност, околна среда, благоустройство, образование, селско стопанство. С цел подобряване качеството на услугите в публичния сектор се предвижда възможност цялото преизпълнение на приходите от реализация на дълготрайни активи да се използва за инвестиции. Въпреки тези положителни тенденции, трябва да се отчита, че по *абсолютния* си обем на човек от населението публичните инвестиции у нас са повече от два пъти по-ниски от средното равнище в европейските страни, което ни отрежда последно място в ЕС по този показател[59]. Като се съпостави това с качеството на публичните услуги и сериозните проблеми в такива сектори, като образование, здравеопазване, наука, социална защита, става очевидно, че поне на този етап трябва да се поддържа високият темп на нарастване на инвестиционните разходи.

Въпреки номиналното нарастване на общия размер на публичните разходи, при съществуващата ефективност на основните публични дейности предоставените средства за тяхното финансиране се оказваха хронично недостатъчни. Показателни в това отношение са мащабите на ежегодното разминаване между исканите средства от различните бюджетни системи и планираните средства, които при това реално се осигуряват в обем от 90%.

Недостигът на средства за финансиране на публичните дейности поставя на преден план въпросите *за приоритетите и ефективността* на разходите.

Формулирането на адекватна разходна политика предполага ясно да се открои приоритетните области, към които следва да се насочат разходите с оглед задачите за успешно интегриране на страната в ЕС и повишаване на доходите и качеството на живот. Тези приоритети очевидно включват необходимостта от допъ-

[58] Вж.: Доклад към проекта на Закона за държавния бюджет на Република България за 2009 година, с. 7, 71.

[59] Инвестиране в бъдещето на Европа. Пети доклад за икономическо, социално и териториално сближаване. Европейска комисия, Ноември 2010, с. 149.

лнителни инвестиции в инфраструктурата, в осигуряването на успешно усвояване на европейските средства, както и за финансиране на програми в публичния сектор, които ще позволят повишаване на качеството на човешкия и физическия капитал и конкурентоспособността на икономиката.

Като най-съществен проблем на разходната политика обаче остава повишаването на ефективността на бюджетните разходи. Въпреки предприетите стъпки за въвеждане на програмно бюджетиране, прелом в ефективността на разходите не е постигнат и бюджетните средства се разпределят в съответствие със съществуващото състояние на нещата в отделните бюджетни системи. Не случайно една от основните и многократно отправяни препоръки в областта на фискалната политика на България е необходимостта от мерките за реформиране на бюджетните дейности и въвеждане на контрол върху тяхната ефективност[60].

Важни аспекти на възможностите за преструктуриране и подобряване на ефективността на бюджетните разходи показва анализът на тяхното *разпределение по основни функции* (съгласно COFOG)[61].

Като критерий за реално следваните приоритети на фискалната политика може да се използва сравнението между общия темп на нарастване на държавните разходи и темпа на нарастване на разходите по отделните бюджетни функции. При такъв подход се вижда, че въпреки намеренията за съкращаване на администрацията, разходите по функция „Общи държавни служби”, които финансират издръжката на централната и местната публична администрация, нарастват с по-високи темпове от общите разходи, като само за периода 2004 – 2009 г. те са се увеличили с около 58%, а относителния им дял в БВП е нараснал от 2,9% на 6,5%. Сравнително високи остават и разходите по функциите „Отбрана” и „Обществен ред и сигурност”, които са се увеличили в номинално изражение с над 40%. С по-висок от средния темп се увеличават и разходите за субсидии на нефинансовите предприятия и за икономически дейности и услуги, които като цяло се отнасят към непроизводителните разходи.

Таблица 9

Консолидирани публични разходи по функции

Разходи по функции - в % ОТ БВП	**2004**	**2009**	**2011***
1. Общи държавни служби	2,9	6,5	2,3
2. Отбрана	2,3	1,3	1,2
3. Обществен ред и сигурност	2,8	3,1	2,7
4. Икономически дейности	4,9	4,0	4,6
5. Опазване на околната среда	1,0	1,2	1,3
6. Жилищно строителство, благоустройство и комунално стопанство	0,5	1,3	1,8

[60] Вж. напр.: България: Пътят към успешна интеграция в Европейския съюз – политическият дневен ред. Световна банка, 2005, с. 104.

[61] COFOG (Classification of the Functions of Government) – международна класификация на правителствените разходи по бюджетни функции, използвана от Евростат.

7. Здравеопазване	4,6	4,3	3,9
8. Почивно дело, култура и религия	0,8	0,8	0,6
9. Образование	4,3	4,4	3,3
10. Социална защита	13,7	13,3	12,6

* *Програма*

Източник: *По данни от Конвергентните програми на Република България за съответните години и консолидираната фискална програма 1998 – 2010 г. (национална методология) – http://www.minfin.bg/bg/statistics/13*

Същевременно значително по-бавно нарастват разходите, които определят качеството на човешкия фактор и които се считат решаващи за усвояване на новите източници на растежа. Бюджетните данни показват, че например разходите за образование и здравеопазване са се увеличавали за целия период след 2000 г. с по-нисък темп от темпа на общите бюджетни разходи. Като резултат на тази тенденция, разходите за образование намаляват своята квота в БВП от 4,3% през 2004 год. на 3,3% за 2011 г. Подобно е и положението с разходите за здравеопазване, които се свиват от 4,6% от БВП през 2004 г. на 3,9% през 2011. Разходите за социална защита даже в условията на кризата са на равнище 13,3% от БВП при средно 20,1% в ЕС и 20,6% в еврозоната. За периода 2000–2009 г. социалните плащания, като дял от общите данъчни приходи, са намалели с 11,3 процентни пункта[62]. Трябва да се отбележи, че посочените тенденции контрастират с процесите в повечето страни от ЕС, където след 2000 г. има ясно изразен тренд на нарастване на разходите за социална защита, образование и здравеопазване[63].

Ако продължим сравнението с другите страни от ЕС, можем да констатираме и редица други несъответствия между разходната структура по функции, която се утвърждава в България през последните години и тази в европейските страни. Така например разходите за отбрана и за вътрешен ред и сигурност, които през 2009 г. са общо 7,8% от БВП в България са значително над средните за ЕС – около 3%. Те са много по-високи и в сравнение с тези на повечето новоприети страни: Полша – 2,6%, Чехия – 3,5%, Унгария – 3,4%, Литва 3,4%, Естония – 3,9%. При това, макар че България е на едно от челните места в ЕС по относителен брой на полицаите (615 на 100 000 души население), резултатите по отношение на сигурността са съмнителни, а разкриваемостта на престъпленията е ниска (52%)[64].

Макар че са съпоставими със средствата, отделяни за тази функция в повечето новоприети страни, разходите за образование, които през последните години се движат в рамките на 4 – 4,2% от БВП в България, са по-ниски с около 1,2 процентни пункта от средните за ЕС. Разликата тук е не толкова в размера на средствата, а в равнището на постигнатите резултати. Значително под средните за ЕС – повече от 2 процентни пункта са и заделяните средства за финансиране на здравеопазва-

[62] Taxation trends in the European Union – 2011 edition. European Commission, 2011, p. 307.
[63] Eurostat – Statistics in focus, 11, 2006.
[64] http://ime.bg/bg/articles/proektob-dvet-2009-otbrana-i-sigurnost/

нето, като тук изоставането в резултатите е още по-голямо спрямо съпоставимите ресурси в другите европейски страни. Приблизително колкото средните за ЕС са разходите за опазване на околната среда – около 0,8%, но достигането на европейските стандарти ще изисква значително увеличаване на тези средства.

Най-големият компонент на общите бюджетни разходи по функции са разходите за социално осигуряване и грижи и те са сериозен ограничител за намаляване на общото равнище на разходите, както и на възможностите за влагане на повече средства за обновяване на инфраструктурата и повишаване на квалификацията на работната сила. Както показва изследване на Световната банка, сега осем от общо десет българи получават поне по един вид социално плащане (включително пенсия), но едва всеки трети е болен или стар[65].

Размерът на социалните плащания и трансфери обаче не е неутрален по отношение на равнището на доход. Както показват данните, страните с по-високо равнище на доход отделят относително повече средства за социална защита (вж. **таблица 10**). Социалните разходи от бюджета в България имат почти два пъти по-ниска квота в БВП в сравнение със средната за развитите европейски страни, а в абсолютно изражение разликата е много по-голяма.

Таблица 10

Разходи за социална защита в ЕС
(в % от БВП)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2009
Белгия	17,0	17,3	17,7	18,0	18,0	17,9	17,6	19,5
България	13,2	13,5	12,8	12,4	13,7	11,0	10,9	13,3
Чехия	13,4	13,3	14,6	14,4	13,0	12,8	12,7	14,0
Дания	22,5	22,9	23,2	24,1	24,0	23,2	22,5	25,4
Германия	21,5	21,5	22,1	22,4	22,0	21,9	21,0	21,6
Естония	10,7	10,2	9,9	9,9	10,2	9,8	9,4	15,7
Ирландия	8,5	8,8	9,5	9,4	9,8	10,8	10,9	16,4
Гърция	17,0	17,1	17,4	15,6	15,2	15,8	16,0	19,5
Испания	13,0	12,8	13,0	12,9	13,0	12,9	12,9	16,1
Франция	20,7	20,6	21,0	21,5	21,7	21,9	21,9	23,7
Италия	17,5	17,4	17,7	18,0	18,0	18,1	18,1	20,4
Кипър	7,8	7,8	8,6	9,3	9,9	10,6	10,3	10,9
Латвия	13,1	11,9	11,4	10,8	10,4	9,8	9,5	14,0
Литва	12,6	11,7	10,8	10,3	10,2	9,9	9,9	16,7
Люксембург	15,7	16,5	17,2	17,7	17,7	17,4	16,4	17,9
Унгария	14,6	14,4	15,4	16,0	16,0	17,0	17,6	18,3

[65] България: Пътят към успешна интеграция в Европейския съюз... Цит. съч., с. 16.

Малта	12,7	13,7	13,9	14,2	14,2	14,0	14,1	14,8
Холандия	16,6	16,7	17,1	17,4	17,2	16,5	16,2	18,1
Австрия	21,1	21,0	21,2	21,4	21,0	20,7	20,3	21,8
Полша	-	-	18,3	18,8	17,6	17,0	16,9	16,5
Португалия	12,1	12,5	13,2	14,2	14,7	15,2	15,5	17,4
Румъния	10,9	11,1	10,1	10,0	10,3	10,4	10,4	14,2
Словения	17,2	17,1	17,0	17,0	16,9	16,9	16,4	18,0
Словакия	14,5	14,6	14,9	12,8	12,1	13,2	12,3	12,2
Финландия	20,3	19,9	20,6	21,2	21,1	21,0	20,5	23,6
Швеция	23,2	22,9	23,0	23,9	23,5	23,0	22,2	23,0
Великобритания	14,8	15,2	15,3	15,5	15,6	15,8	15,3	18,0
ЕС - 27	**-**	**-**	**18,5**	**18,7**	**18,6**	**18,5**	**18,1**	**20,1**

Източник: *Eurostat – http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTable Layout.do*

Освен това ефектите на социалните разходи върху потреблението в бедните и по-богатите страни са различни. Докато в по-богатите страни като цяло социалните трансфери имат отрицателен ефект върху равнището на потребление, т.е. дават предимно т. нар. некейнсиански ефекти, то за страни като България, с по-ниско равнище на доход, социалните трансфери корелират положително с потреблението и имат предимно кейнсиански ефекти[66]. Освен това, при ниско равнище на дохода в повечето случаи публичното и частното потребление са не взаимно заместващи се, а допълващи се. Редица структурно определящи публични разходи, като тези за здравеопазване, образование, социална защита не само не изместват частните разходи, но напротив повишават тяхната полезност Отчитайки тези моменти, трябва доста предпазливо да се подходи към общата препоръка към източноевропейските страни, отправяна често и към България, като главен път за рационализиране на бюджетните разходи да се разглежда съкращаването на социалните разходи. Още повече, че въпреки бързото им нарастване, общите социални разходи на бюджета, които се падат на човек от населението у нас, по абсолютния си размер (оценяван по паритета на покупателната способност) са 1294 евро при 6 349 евро средно за ЕС и по този показател България е на предпоследно място в съюза, изпреварвайки незначително само Румъния[67].

Анализът дава основание за заключението, че структурата на бюджетните разходи по функции остава нерационална и значително се отклонява от тази в повечето европейски страни. През последните години няма и никакви индикации за позитивни промени в тази структура. В нея се запазва висок делът и най-бързо нара-

[66] Вж. Tondl G. Macroeconomic effects of fiscal policies in the acceding countries. // Vienna University of Economics, April, 2004. mimeo.

[67] Eurostat – Statistics in focus, 40/2009 –http://ep.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-09-040/EN/KS-SF-09-040-EN.PDF. Op. cit., p. 2.

ват редица непроизводителни компоненти на разходите, а на критично ниско равнище остават и значително по-бавно се увеличават разходите в сектори, които определят качеството на човешкия фактор и усвояването на новите източници на растежа. Всичко това показва, че съществуват резерви за преструктуриране на разходите в посока на тези сектори, което би повишило общата ефективност на използването на публичните ресурси.

4. Данъчно облагане и растеж

4.1. Таксономия на данъчните влияния: деформиращи и недеформиращи данъци

Ако ендогенните теории за растежа приемат наличието на значителни възможности за фискална политика да стимулира дългосрочния растеж чрез продуктивни публични разходи и качествени публични услуги, тези теории също така отдават не по-малко значение на потенциалните отрицателни ефекти на деформиращите данъци. Последните не само променят текущия обем на производството, но могат да имат по-широки влияния върху темповете на растеж, обезкуражавайки натрупването на необходимите производствени фактори или забавяйки технологичното развитие. Даже там, където всички правителствени разходи са производителни, ако те се финансират чрез високо равнище на деформиращи данъци, това може да има отрицателно влияние върху растежа.

Значение за растежа има както общото равнище на данъчно облагане, така и структурата на данъчната система.

Според теорията, *общото равнище на данъчно облагане* е свързано с растежа, доколкото чрез данъците се извършва трансфер на ресурси от частния към публичния сектор, а основното допускане в теорията е, че частният сектор осигурява по-голяма ефективност при тяхното използване. Високото равнище на данъчно облагане, при равни други условия, може да има задържащо въздействие и поради отрицателното си влияние върху стимулите за труд, спестявания и инвестиции, както и върху ефективното разпределение на ресурсите изобщо. Наред с това, в съвременните условия на висока мобилност на труда и капитала, високите данъци могат да предизвикат значително изтичане на труд и капитал към страни с по-ниско равнище на облагане.

Но до забавяне на растежа може да доведе не само високото данъчно облагане, но и прекалено ниското, което не позволява да се осигурят достатъчно ресурси за производителни публични разходи.

Макар че според ортодоксалното разбиране намаляването на общото равнище на данъчно облагане е благоприятно за растежа, очевидно зависимостите тук са по-сложни. Данъчните намаления, разбира се, подобряват стимулите за труд, инвестиции и спестявания, но те също имат и ефекти на дохода, който намалява потребността от икономическа активност и субсидира стария капитал като осигурява допълнителна печалба на неговите собственици без необходимост от обновяване и модернизация[68].

[68] Вж. Tobin, J. Fiscal Policy: Its Macroeconomics in Perspective. // Cowles Foundation Discussion Paper, № 1301, May 2001, p. 3 (http://cowles.econ.yale.edu/).

От друга страна, намаляването на данъците оказва натиск за съкращаване на правителствените разходи, което не винаги има позитивно влияние върху растежа. Част от разходите са нееластични и политически чувствителни и затова данъчните намаления могат да станат причина за съкращаване на разходи, които имат производителен характер и са важни за работата на икономиката. Ето защо намаляването на общото равнище на данъчно облагане може да бъде фактор за придвижване към по-високи темпове на растеж само в случай че се съпровожда от съкращаване на непроизводителни публични разходи[69].

Ако резюмираме тези съображения, можем да заключим, че макар да няма съмнение, че политиката на данъчно облагане може да влияе върху икономиката, в никакъв случай не е очевидно, че намаляването на общото данъчно равнище ще води във всички случаи (и в крайна сметка) към по-бърз растеж. Това, че ниските данъци не са гаранция за просперитет, е очевидно и от фактическото съотношение между равнището на данъчно облагане и нивото на просперитет, измерено с БВП на човек от населението в отделните страни. В действителност по-скоро можем да намерим потвърждение за обратното, защото развитите страни са тези, които имат относително по-високи данъчни равнища. Очевидно тук не става дума за причинно-следствена зависимост, но този факт показва несъстоятелността на представата, че ниските данъци са ключ към просперитета.

В рамките на ендогенната теория най-важна характеристика на данъчната система, която определя нейното влияние върху дългосрочния растеж, е структурата на тази система от гледна точка на съотношението между „деформиращите” и „недеформиращите” данъци. Според ендогенните модели за растежа с включен публичен сектор, деформиращи са данъците, които изменят решенията за инвестиране на капитал и предлагането на работна сила, докато данъците върху потреблението са недеформиращи. По такъв начин към деформиращите данъци се отнасят данъците върху корпоративните доходи и печалби, данъците върху личните доходи, имуществените данъци, социалноосигурителните плащания, а към недеформиращите – косвените данъци (вж. **таблица 11**).

На микроравнище данъците върху корпоративните доходи съкращават чистата възвръщаемост на капитала и влияят негативно върху стопанската и инвестиционната активност. Същевременно високото данъчно облагане на труда има деформиращо влияние върху стимулите за труд и натрупване на човешки капитал и насърчава увеличаването на заетостта в неформалния сектор на икономиката. За разлика от това се счита, че косвените данъци върху потреблението (ДДС, акцизи) са по-благоприятни за икономическия растеж, доколкото те са относително неутрални, не влияят пряко на решенията на стопанските агенти относно спестяванията и инвестициите и не деформират стимулите за стопанска и трудова активност.

Конкретните проучвания на данъчните влияния обаче не показват такава ясна зависимост на растежа от различните данъчни структури, каквато се постулира в теоретичния анализ. Макар пропорцията между преки и косвени данъци да се счи-

[69] Вж. Tanzi, V., L. Schuknecht. Public Finances and Economic Growth In European Countries. // Paper prepared for the Conference on „Fostering Economic Growth in Europe”, Vienna, June 12–13, 2003, pp. 179, 193. http://www.oenb.at/en/img/vowitag_2003_tcm16-8876.pdf

Таблица 11

Класификация на данъците

ДАНЪЦИ	
ДЕФОРМИРАЩИ ДАНЪЦИ	**НЕДЕФОРМИРАЩИ ДАНЪЦИ**
- Данъци върху корпоративните доходи - Данъци върху личните доходи - Имуществени данъци - Социалноосигурителни плащания от работната заплата	- Данъци върху потреблението - Акцизи и други данъчни вземания върху местните стоки и услуги

Източници: *Gemmel, N., R. Kneller. Fiscal Policy, Growth and Convergence in Europe.// EEG Working Paper No. 14, 2002, p. 6; Benos, N. Fiscal Policy and Economic Growth: Empirical Evidence from OECD Countries. // Discussion Paper, No. 1, 2005, p. 8.*

та в теорията за важна детерминанта на растежа, практически измененията в данъчните структури не засягат растежа до икономически значима степен даже когато имат известно влияние върху инвестициите.

Емпиричните изследвания на ефекта на различните данъчни структури върху дългосрочния растеж не са много поради трудностите за осигуряване на детайлизирани и съпоставими данни за данъчните равнища в различните страни. Повечето от тях обаче не потвърждават наличието на значително влияние на данъчната политика. Така в изследването на Е. Мендоза и др. (1997) се сочи, че резултатите поскоро подкрепят догадката на А. Харберджер[70], че данъците имат неголям ефект върху дългосрочния растеж[71]. С помощта на симулационно моделиране авторите на това изследване получават, че при хипотетично едновременно снижаване на всички данъци с 10% темповете на растеж на икономиката могат да се увеличат с 0,25 процентни пункта. Използвайки три подхода, Е. Енген и Дж. Скинер правят сходни заключения. На базата на анализ на панел от данни за САЩ и други страни те получават, че ефектът от съкращаването на пределните данъчни ставки с 5% от БВП (и респективно 2,5% намаляване на средните данъчни ставки) ще бъде около

[70] През 1964 г. А. Харбержер (A. Harberger) изказва мнение, че на практика данъчната политика не е особено ефективен инструмент за стимулиране на дългосрочния растеж и „че не можем да очакваме големи изменения в темповете на растеж от вероятните изменения в съотношението на преките и косвените данъци”. Главният аргумент на А. Харбержер е, че съотношението между преки и косвени данъци има незначителен ефект върху предлагането на труд и, от гледна точка на растежа, това не може да се компенсира от ефекта върху спестяванията и инвестициите. Според неговите оценки, данъчните изменение не могат да увеличат растежа на БВП повече от 0,1 – 0, 2 процентни пункта, даже когато повишават нормата на спестяване и инвестиции с 1 или 2 %. Вж. Harberger, A. Taxation, Resource Allocation and Welfare, in The Role of Direct and Indirect Taxes in the Federal Revenue System, NBER, 1964 (http://www.nber.org/books/unkn64-4) .

[71] Вж. Mendoza, E., G. Milesi-Ferretti, P. Asea, On the Ineffectiveness of Tax Policy in Altering Long-Run Growth: Harberger’s Superneutrality Hypothesis. // Journal of Public Economics, Vol. 66, 1997, pp. 99-126.

0,2 – 0,3 процентни пункта допълнително увеличаване на годишния темп на растеж[72]. Въпреки че и този ефект би имал важно дългосрочно въздействие върху жизненото равнище, той очевидно не съответства на налаганата представа за данъчните реформи като притежаващи потенциал да бъдат силен макроикономически стимул за растежа.

Самото деление на данъците на деформиращи и недеформиращи е до голяма степен условно, доколкото всички данъци са деформиращи и ключовият въпрос е доколко деформациите са съществени и какви са техните дългосрочни ефекти върху инвестициите и стопанската активност.

От тази гледна точка, проблематично е доколко данъците върху потреблението могат да се разглеждат като недеформиращи. Както изтъкват Е. Мендоза и др., данъците върху потреблението могат да имат негативен ефект върху възможностите за развитие на човешкия капитал – образование, квалификация, здравни грижи и по такъв начин също да влияят отрицателно на растежа[73]. Несъмнено е и тяхното проинфлационно въздействие.

За развитите страни от ЕС като цяло е характерно, че по-голямата част от бюджетните приходи се събира чрез преки, т.е. деформиращи данъци – заедно с осигурителните плащания те са средно около 27% от БВП[74]. Обратно – в новите страни-членки на ЕС значително по-голям е делът на данъците, които се класифицират като недеформиращи и това може да се тълкува като по-голяма ефективност на техните данъчни системи от гледна точка на влиянието им върху растежа. Редица факти обаче трудно могат да се обяснят в рамките на концепцията за различното влияние на деформиращите и недеформиращите данъци. Така например в сравнение с европейските страни, за икономиката на САЩ е характерна много по-висока норма на деформиращи данъци в приходната система, което очевидно не е пречка за по-високите дългосрочни темпове на растеж на американската икономика[75].

Ако потърсим обяснение на тези противоречиви факти, то, според нас, се крие в това, че влиянието на данъците зависи не само от техния размер и структура, а повече от това, за какво се използват те и доколко продуктивни са разходите, финансирани с тях. По принцип, въпреки обичайният акцент върху ролята на данъчната политика, тя всъщност е производна и подчинена на потребностите от финансиране на необходимите публични услуги. Страните с ефективна данъчна структура, които са в състояние да мобилизират значителни данъчни ресурси чрез широка база на данъчното облагане и ефективна система на контрол и събиране на вземанията, вероятно могат да разчитат на повече продуктивни публични разходи и по-

---

[72] Engen, E., J. Skinner. Taxation and Economic Growth. // National Tax Journal, Vol. 49, №4, December 1996, pp. 618–620.

[73] Mendoza E., G. Milesi-Ferretti and P. Asea, Op. cit.

[74] Government finance statistics. // Summary tables, 1/2011, Eurostat, 2011, p. 5.

[75] В САЩ на федерално равнище приходите от косвени данъци са едва около 1% от БВП и под 3% от общите данъчни приходи, но трябва да се отчита, че те са единствената развита икономика, в която няма ДДС или някакъв общ данък върху потребленето на национално ниво, като повечето косвени данъци там са местни, а не федерални. Вж.: Shifting the balance - The evolution of indirect taxes. // PricewaterhouseCoopers, June 2007, p. 80.
http://www.pwc.com/en_GX/gx/tax/assets/shifting_the_balance.pdf.

високи темпове на растеж, в сравнение със страни с по-ниско равнище на данъчно облагане, но и със слабо администриране на данъчната система и малък бюджетен потенциал[76].

В принципно отношение съществува една широко разпространена, но едностранчива и повърхностна визия за данъците и данъчната политика. Вместо of being regarded as a funding mechanism for development, taxes are treated as ада се разглеждат като механизъм за финансиране за развитието, данъците се третират само като disincentive to private sector initiative and a reduction from household welfare. възпиращ фактор за инициативите на частния сектор и за намаляване на частното потребление.The Акцентът се поставя emphasis has been on the loss of private income, but not on the ensuing benefit ofвърху загубата на частни доходи, но не и на произтичащите от това ползи под формата на публични благаrevenue-financed public expenditures and investment., финансирани от публичните разходи и инвестиции, ползи, които имат важно значение за факторите на икономическия растеж и социалната стабилност. Тази визия става почва за търсене на лесни данъчни решения на макроикономическите проблеми на растежа и конкурентоспособността[77].

4.2. Данъчна политика и данъчни структури в България

Отпечатъкът на горната визия може да се види и в българската фискална политика. През последните години тя беше силно фокусирана върху данъците и данъчните влияния. Водеща стана тенденцията да се търсят възможности за стимулиране на икономическата активност и дългосрочния икономически растеж преди всичко чрез данъчните решения. Така до голяма степен на заден план останаха ангажиментите за осигуряване достатъчно финансиране на сектори, от които зависи качеството на човешкия капитал, бизнес средата и подобряването на конкурентоспособността на националната икономика. Фискалните иновации бяха само в посока на данъчни намаления, на които основно се разчиташе за привличане на чуждестранни инвестиции и повишаване на икономическата активност. Този процес доведе до съществено намаляване на данъчната тежест и несъмнено имаше и положителни ефекти, но като цяло не постигна значими резултати, а вече изчерпи и своя потенциал.

Сега с данъчни приходи 28,9% от БВП (2009 год.) България има с 6,9 процентни пункта по-ниско общо данъчно натоварване в сравнение със средния показател за ЕС – 35,7%. Сравнявана с новите страни-членки на съюза, общата данъчна тежест в България през последните години е била с 1 – 3 процентни пункта по-висока само от тази в Румъния, Латвия и Словакия. Всички те обаче поддържат по-ниско равнище на данъчно облагане с цената на бюджетни дефицити. Тези данни показ-

[76] Вж. Engen, E., J. Skinner. Op. cit., pp. 618–620.

[77] Теоретична подкрепа това разбиране има в т.нар. „икономика на предлагането”, която П. Кругман определя като „нестабилна доктрина, която би имала слабо влияние, або не кореспондираше с предрасъдъците на богатите”. Кругман, П. Амбулантното благополучие. София: Д. Яков, 1999, с. 81.

ват, че степента на данъчно натоварване в България далеч не може да се счита за висока[78] и няма сериозни възможности за по-нататъшно нетно намаление на данъците. Нещо повече – редица обективни фактори правят на този етап неприемливо намаляването на дела на данъчното облагане в БВП. Някои от тях вече бяха подчертани по-напред и са свързани с нормализирането на финансирането на редица ключови бюджетни сектори. Допълнителни бюджетни средства са нужни и за съфинансиране на европейските проекти, чрез които в икономиката ще се влеят значителни външни ресурси. Забавеното реформиране на социалноосигурителната система също налага мащабна бюджетна подкрепа, като ежегодно дефицитът на НОИ е около 2 млрд. лв.[79]

Характерното за данъчната политика през последните години беше, че намаляването на данъчното облагане се осъществяваше само по отношение на преките данъци при запазване в основни линии на общото равнище на облагане. Няколкократно бе намаляван корпоративният данък, намаления имаше и по отношение на данъка върху доходите на физическите лица, като от 2008 г. се въведе 10% „плосък" данък. С бюджета за 2008 г. бе направена нова отстъпка към бизнеса – данъкът върху дивидентите беше намален от 7% на 5%. Същевременно всяка година се увеличават акцизите заради изискванията на Европейския съюз, което осигурява и нарастване на данъчната база за начисляване на ДДС.

При запазване на общото равнище на данъчно облагане, тези процеси водят до увеличаване на дела на косвените данъци в общите данъчни приходи. В рамките на ЕС България е страната, която в най-голяма степен залага на косвеното облагане. През 2009 г. 53,2% от всички данъчни приходи са от косвени данъци при около 35% средно за ЕС. Увеличи се и тяхната квота в БВП. – докато през 2001 г. данъчните приходи от косвени данъци са били 13,4% от БВП, през 2008 г. те достигат 17,8%, след което, поради предизвикания от кризата рязък спад в приходите от данък добавена стойност, от акцизи и мита намаляват до 15,4%, но пак остават относително най-високи в ЕС[80].

За разлика от развитите страни от ЕС у нас преките данъци играят малка роля при осигуряването на бюджетните приходи. Те съставляват само 5,8% от БВП и 20,2% от общото данъчно облагане, което е втората най-ниска стойност в ЕС. Ниският им дял се дължи главно на скромните приходи от данъка върху доходите на

[78] Основателно Г. Минасян обръща внимание и на това, че при сравняване равнището на бюджетно натоварване трябва да се отчита и развитата система на финансови инструменти и транзакции (напр. използването на кредитни карти) в напредналите страни, което позволява значителни стопански обороти да се реализират за сметка на бъдещи доходи, т.е. доходи, за които данъци ще се плащат в бъдеще. Отчитането на този аспект при определяне делът на приходите в държавния бюджет би показало относително по-ниско равнище на бюджетно натоварване за България в сравнение с формално регистрираното. Вж. Минасян, Г. Пътят към евро: Опитът на страните от Източна Европа с паричен съвет. София, 2004, с. 95-96.

[79] Според оценки на Европейската комисия, дефицитът на държавното обществено осигуряване може да достигне през 2050 г. до 9% от БВП. (Joint Report on Social Protection and Social Inclusion 2006. Social inclusion, pensions, healthcare and long term care, European Commission 2006.) Това образува един значителен имплицитен пенсионен дълг, който отразява поетите задължения на държавата за осигуряване на бъдещите пенсии.

[80] Taxation trends in the European Union – Data for the EU Member States, Iceland and Norway, 2011 edition. European Commission, 2011, p. 162 (http://ec.europa.eu/eurostat).

физическите лица, които са на равнище около 2–3% от БВП и представляват само 37% от средния показател за ЕС.

Другата страна на тези процеси е поддържането на сравнително високо равнище на облагане на потреблението. Данъците върху потреблението в България възлизат на 14,7% от БВП през 2009 г., и въпреки понижението с 2,5 процентни пункта след 2008 г. остават третите най-високи в ЕС. Ефективното облагане на потреблението, измерено с имплицитната данъчна ставка[81], за България е 25,9% през 2006 г. и 21,4% през 2009 г., при средно равнище от около 20% за ЕС.

Таблица 12

Имплицитни данъчни ставки по видове икономическа активност

СТРАНА	ИМПЛИЦИТНА ДАНЪЧНА СТАВКА ВЪРХУ:								
	потреблението			труда			капитала		
	1995	2005	2009	1995	2005	2009	1995	2005	2009
Белгия	20.6	22.2	20.9	43.8	43.9	41.5	25.3	32.1	30.9
Чехия	22.1	22.2	21.6	40.5	41.7	36.4	26.4	25.5	19.3
Дания	30.5	33.6	31.5	40.2	37.5	35.0	29.9	47.7	43.8
Германия	18.8	18.0	19.8	39.4	38.6	38.8	22.4	22.9	22.1
Естония	20.8	22.8	27.6	39.2	34.1	35.0	25.6	7.9	14.0
Ирландия	24.8	26.5	21.6	29.7	25.1	25.5	25.7	37.5	14.9
Гърция	17.6	17.0	14.0	34.1	37.8	29.7	11.8	15.5	
Испания	14.2	16.3	12.3	29	30.6	31.8	20.2	36	27.2
Франция	21.5	20.1	18.5	41.2	41.7	41.1	31.5	40	35.6
Италия	17.4	16.8	16.3	37.8	42.8	42.6	27.6	30.4	39.1
Кипър	12.6	20.0	17.9	23.1	24.5	26.1	-	31	
Латвия	19.3	20.2	16.9	39.2	33.2	28.7	-	9.6	10.3
Литва	17.7	16.5	16.5	34.5	34.9	33.1	15.1	11.5	10.9
Люксембург	21.1	25.5	27.3	29.3	30	31.7	-	-	
Унгария	30.8	26.4	28.2	42.6	37.8	41.0	-	-	18.8
Малта	14.8	19.1	19.5	19.0	21.9	20.2	-	-	
Нидерландия	23.3	25.3	26.2	34.4	30.5	35.5	21.2	20.7	15.4
Австрия	20.3	21.2	21.7	38.7	41.0	40.3	25.6	23.2	27.0
Полша	21.3	19.6	19.0	36.8	33.1	30.7	20.9	22.2	20.5

[81] Имплицитните данъчни ставки се изчисляват като отношение на данъчните приходи по отделни категории (потребление, труд, капитал) към потенциалната данъчна основа, определена от националните сметки. Те показват ефективното средно данъчно бреме върху различните видове доходи или икономически дейности. Това позволява да се получи по-точна информация за данъчното натоварване по отделни икономически функции. Когато данъчното бреме се определя като пропорция на данъчните доходи към БВП, това дава ограничена информация, тъй като не показва например дали високият дял на данъците върху капитала в БВП е резултат на високи данъчни ставки, или на по-големия обем на капитала.

Португалия	19.1	20.6	16.2	26.4	28.4	23.1	20.5	28.1	33.8
Румъния	-	18.0	16.9	-	29.1	24.3	-	-	-
Словения	25.2	24.2	24.2	38.9	37.5	34.9	-	-	21.0
Словакия	26.0	22.2	17.3	38.5	32.9	31.2	35.3	19.1	17.1
Финландия	27.6	27.6	25.7	44.3	41.5	40.4	28.5	27.5	29.9
Швеция	27.9	28.1	27.6	46.8	44.7	39.4	19.7	-	33.5
Великобритания	20.0	18.7	16.8	25.7	25.3	25.1	31.4	36.8	38.9
България	-	**24.4**	**21.4**	-	**34.7**	**25.5**	**15.6**	**11.9***	**11,7****
ЕС – 27	**20.0**	**19.7**	**20.9**	**36.9**	**36.2**	**32.9**	**25.8**	**31.4**	**30.2*****

* *за 2004 г.*

** *за 2006 г.*

*** *ЕС – 25*

Източници: *Taxation trends in the European Union – 2011 edition. European Commission, 2011, p. 358-360.* ***(http://ec.europa.eu/eurostat****); Taxation trends in the EU – 2008 edition, pp. 4, 26-28; Калоянчев, Пл. Ефективно данъчно облагане на труда, капитала и потреблението в България. БНБ, DP/42/2004.*

Както бе отбелязано, съгласно теорията, преките данъци върху личните и корпоративните доходи имат по-силно деформиращо влияние върху икономическите решения, а следователно и върху разпределението на ресурсите. Тези последствия могат значително да се задълбочат, когато високите данъчни ставки обхващат трудовите доходи на сравнително широки групи от населението със средно равнище на доходите. Заедно със социалноосигурителните плащания те повишават стойността на работната сила и стимулират сивата икономика, укриването на доходи, задържат разкриването на нови работни места и инвестиционната активност.

Тези съображения дават основания за разбирането, че предвид критериите за икономическата ефективност системата на облагане със сравнително по-нисък дял на преките данъци има определени предимства[82].

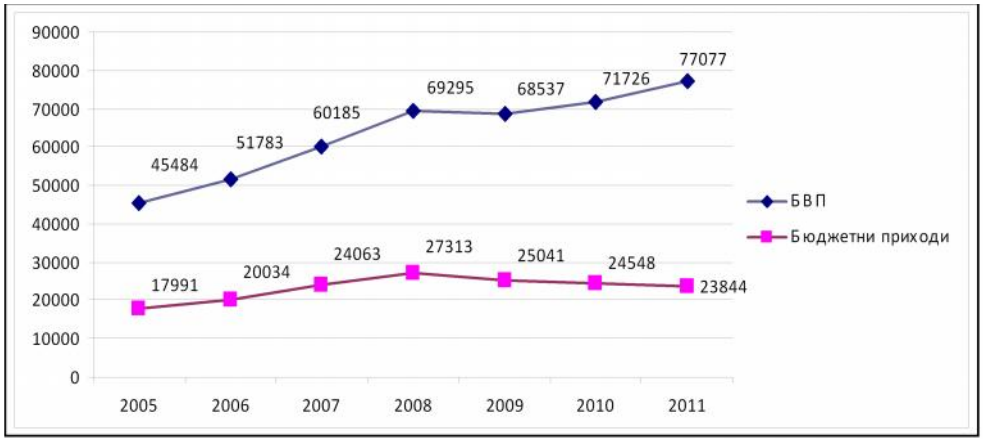
В същото време такава система на данъчно облагане има и редица минуси от гледна точка на социалната справедливост и осигуряването на ценова стабилност. Доколкото търсенето на повечето потребителски стоки има висока еластичност по отношение на цените и дохода, повишаването на данъците върху потреблението (ДДС, акцизи) води до повишаване на цените и се отразява различно върху реалното потребление на домакинствата с различно равнище на доходите. Подобна данъчна структура безспорно има непропорционално силно въздействие и засяга потреблението на домакинствата с ниски доходи. Освен това, повишавайки цените,

[82] Емпиричните изследвания само частично потвърждават това положение. Например симулации с модела QUEST на Европейската комисия показват, че за България намаляването на преките данъци върху труда с 1% от БВП и повишаването на данъците върху потреблението със същата сума може да увеличи БВП на страната само общо с 0,35% за 20 години. Вж. D'Auria, F., A. Pagano, M. Ratto and J. Varg, A comparison of structural reform scenarios across the EU member states: Simulation-based analysis using the QUEST model with endogenous growth model. // EUROPEAN ECONOMY, Economic Papers, № 392, December 2009.

косвените данъци оказват свиващ ефект върху потребителското търсене, което води до негативни последици за икономическия растеж най-малко в краткосрочен аспект. Колкото по-голяма е диференциацията в доходите, толкова по-силни са негативните социални и икономически последствия на такъв тип данъчна структура.

Този аспект на данъчните влияния бе предмет на разисквания на годишната конференция на CACE[83] във Вашингтон през 2004 г. Анализирайки проблема, Р. Франк – професор от Калифорнийския университет, посочва, че въвеждането на схеми на данъчно облагане, които задълбочават неравенството в доходите, е не само несправедливо, но и създава социален дискомфорт и неудовлетвореност за масата от населението, което въпреки растежа на БВП не чувства подобряване на своето положение. Според него**,** при нарастване на разликите в доходите, психологическият и социален дискомфорт в групите, засегнати неблагоприятно от промените в облагането, нараства лавинообразно[84].

Съществено е да се отчита и това, че политиката на увеличаване ролята на косвените данъци поставя бюджетните приходи във все по-тясна зависимост от динамиката на потреблението. Това е благоприятно, когато водеща роля имат вътрешното търсене и вносът. Промяната на факторите на растеж към износа и повишаването на нормата на спестявания обаче води след себе си риска от забавяне и намаляване на бюджетните приходи. Такава тенденция вече си пробива път и нейно следствие е все по-голямо разтваряне на ножицата между растежа на БВП и растежа на данъчните приходи (**фигура 6**).



Източник: *Доклад към закона за държавния бюджет на Република България за 2011 г., с. 24.*

Фиг. 6. Динамика на БВП и бюджетните приходи

[83] CACE (SASE – Society for the Advancement of Socio-Economics) е международна научна организация, която си поставя за цел да анализира икономическите процеси на основата на мултидисциплинарен подход.

[84] Вж. Годишна конференция на CACE във Вашингтон, 8 – 11 юли 2004 г. (financebg.com/index.php?more=3582&rid=1004&id=1004).

Ефектът върху бюджета се изразява в загуба на приходи от порядъка на 2 – 3% от БВП. За периода 2008–2010 г. постъпленията от косвени данъци са намалели с 18%, като само през 2009 г. свиването на вноса, заедно с по-ниските цени на вносните суровини, доведоха до понижение на бюджетните приходи от данък върху добавената стойност с 22,6%. По такъв начин, въпреки че няма промяна в данъчните ставки, делът на приходите спрямо БВП започна да намалява.

Това е една от причините за фискалните проблеми през последните години и тя изисква структурни решения в областта на данъчното облагане. Моделът, в който водеща роля има косвеното облагане създава все повече проблем при осигуряване на стабилна фискална позиция. И ако цикличните фактори са преходни, структурните фактори действат постоянно и определят трайни изменения в развитието на приходната част на бюджета. От гледна точка на приходите, заедно с придвижване на икономиката към по-експортно ориентиран тип на растеж, България навлиза в период, през който капацитет на косвеното облагане да осигурява стабилни бюджетни приходи ще намалява.

Изоставането на растежа на приходите от растежа на БВП е нежелателно, тъй като синхронното нарастване на бюджетния потенциал заедно с растежа на БВП е принципно важно за подобряване финансирането на публичните дейности и качеството на публичните услуги. Би следвало резултатите от икономическия растеж да се почувстват и в публичния сектор, а нарастващият продукт да е свързан не само с растящо лично потребление, но и с по-пълно задоволяване на обществените потребности. При това по-качествените публични услуги и нормалното функциониране на публичния сектор са не само резултат, но и фактор, стимулиращ растежа. За да може публичният сектор да играе позитивна роля за подобряване на бизнес климата и насърчаване на стопанската активност, е нужно той да получава полагаемия му се дял от резултатите на растежа.

Друга особеност на съществуващата сега в България данъчна структура е поддържането на най-ниското в рамките на ЕС ефективно облагане на доходите от капитал. Още преди намаляването на корпоративния данък от 15 на 10%, ефективната норма на корпоративно облагане в страната бе около три пъти по-ниска от средната за европейските страни. Приходите от данъци върху капитала в размер на 4,3% от БВП през 2009 г. са сред най-ниските в ЕС, респективно – с 2.4 процентни пункта под средните за ЕС[85].

Налице е и значителен дисбаланс между облагането на доходите от труд и доходите от капитал, свързан с равнището на осигурителните плащания. Осигурителната тежест остава най-значителното пряко данъчно бреме в България. Въпреки намаляването на осигуровките с 6 процентни пункта през 2006 г., с 3 процентни пункта през 2007 г. и с нови 2,4 през 2009 г., общата осигурителна тежест се запазва на нива от порядъка на 31,1% или около 1/3 от заработения доход. Така при данък от 10% върху трудовите доходи и осигурителна тежест 31,1% (плащана в съотношение 65% от работодателя и 35% от работника), общата данъчна и осигурителна тежест е 41,1%. В същото време, след данъчно облагане на печалбата и след

[85] Taxation trends in the European Union....., Op. cit., p. 164.

облагане с данък върху дивидентите, общата данъчна тежест върху получения от собственика на капитал доход е 15%. Това до голяма степен обезсмисля ролята на плоския данък като стимул за трудовата активност, защото ниският данък е съпроводен със сравнително високи данъчно-осигурителни здравни и социални плащания.

Съмнителни са и ползите от системното намаляване на корпоративния данък с цел стимулиране на инвестициите. През последните десет години този данък беше няколкократно редуциран, като ставката му бе сведена от 34,3% върху корпоративната печалба през 1999 г. на 10% през 2007 г. – най ниското равнище в Европейския съюз **(вж. таблица 13)**. Надеждите за някакъв реален ефект от тези „данъчни стимули" върху растежа на инвестициите поне досега не се оправдават и това до голяма степен може да се счита за резултат, който можеше да се очаква в контекста на редица изследвания за ролята на данъчните влияния.

Таблица 13

Динамика на ставката на корпоративния данък (1999 – 2009 г.)

	1999	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
Ставка за облагане на корпоративните печалби (%)	**34.3**	**32.5**	**28.0**	**23.5**	**23.5**	**19.5**	**15.0**	**15.0**	**10.0**	**10.0**	**10.0**
Приходи от корпоративен данък (% от БВП)	**3.1**	**2.8**	**3.9**	**3.0**	**3.1**	**2.5**	**2.5**	**2.7**	**2.8**	**3.2**	**2.5**

Източник*: По данни на Министерството на финасите и Taxation trends in the European Union – 2011 edition. European Commission, 2011, p. 162.*

Така например изследване на Г. Тондл на панел от данни за страните от Източна Европа, в т. число и за България, показва, че за тях са характерни предимно некейнсиански ефекти на промените в корпоративните данъци. С други думи, увеличаването на тази финансова променлива не влияе чувствително върху растежа на инвестициите. Това оставя възможности за увеличаване на сравнително ниските данъци върху корпоративните доходи без рискове за инвестиционната активност и същевременно поставя под съмнение твърденията, че намаляването на данъка е изиграло някаква положителна роля като стимул за икономическата активност. Същевременно вноските за социално осигуряване, както показва и опитът на старите страни-членки с по-ниско равнище на доход (Испания, Португалия, Гърция), влияят отрицателно върху инвестициите и могат рано или късно да задържат техния растеж[86].

Следователно, ако се търси стимулиращ ефект на данъчните намаления върху инвестициите, по-действен стимул е не намаляването на корпоративния данък, а намаляването на социалните осигуровки.

[86] Tondl, G. Macroeconomic Effects Of Fiscal Policies In The Acceding Countries. Vienna University of Economics, 2004, pp. 35-37.

Опитът на редица развиващи се страни показва също, че използването на данъчните намаления в контекста на международната данъчна конкуренция за интензифициране на притока на капиталовите потоци и привличането на повече чуждестранни инвестиции не може да замени подобряването на по-фундаментални характеристики на бизнес средата и да бъде магистрална линия на фискалната стратегия за стимулиране на растежа. Фискалните стимули не са решаващ фактор за подобряване на инвестиционната среда и в България. Има редица институционални и инфраструктурни проблеми, чието решаване може да окаже много по-голямо влияние за повишаване на привлекателността на страната за чуждите инвеститори, отколкото намаляването на корпоративния данък[87].

При анализа на съществуващата данъчна система особено внимание заслужава равнището на пределните данъчни ставки. Ако общото данъчно бреме в България може да се счита за сравнително ниско в рамките на ЕС, пределните данъчни ставки са едни от най-ниските в света. Именно това показва изчисляваният от сп. „Форбс" световен „индекс на данъчното страдание" (Tax Misery Index)[88]. Според този индекс България е в дъното на таблицата (само пред четири други страни в света) сред страните с най-малка сумарна величина от пределните данъчни ставки на облагане на корпоративните доходи, личните доходи, осигурителните плащания и косвените данъци. Това не означава непременно ниско данъчно бреме, а говори по-скоро за превес на пропорционалното облагане, малка диференциация на данъчните ставки и ниски пределни ставки, „щадящи" високите доходи.

Според класацията на „Форбс", този твърде „десен модел" на данъчната система ни поставя в компанията на Пакистан, Казахстан, Тайланд, Македония, Кипър. За 2009 г. България има общ данъчен индекс (сбор от пределните данъчни ставки на основните видове данъци) 73,5 като за Казахстан този индекс е 79,0, за Пакистан – 77,0, за Кипър – 72,3, за Македония – 70,9. За сравнение ще посочим, че в повечето европейските страни разглежданият индекс е много по-висок – например за Франция – 167,9, за Белгия – 156,4, за Австрия – 144,5, за Унгария – 124,0, за Полша – 116,0. Въпреки широко разпространените представи, че ниските пределни данъчни ставки стимулират растежа, най-динамично растящата икономика в света – Китай има втория най-висок данъчен индекс – 159,0[89].

В контекста на обсъжданите проблеми следва да се разглежда и ролята на „плоския" данък от 10% върху доходите на физическите лица. Въпреки представянето на новия данък като важна фискална иновация, не е трудно да се посочат редица негативи от неговото прилагане[90]. Действително, въвеждането на „плос-

---

[87] Вж. Минасян, Г. Пътят към евро: опитът на страните от Източна Европа с паричен съвет. София: Марин Дринов, 2004, с. 29, 36.

[88] Индексът, който публикува сп. „Форбс", представлява просто сбор от стойностите на пределните данъчни ставки върху личните доходи, корпоративните доходи, социално-осигурителните плащания, имуществените данъци и данъците върху потреблението. Той показва какво е максимално възможното данъчно бреме в дадена страна, но не и каква е ефективната данъчна тежест и как тя се разпределя между различните видове доходи и социални групи. Forbes Global Tax Misery Index 2009 - http://www.forbes.com/global/2009/0413/034-tax-misery-reform-index.html

[89] Forbes Global Tax Misery Index 2009, op. cit.

[90] За подробен анализ на ролята и ефектите на плоския данък. Вж. Гечев, Р. Ниският плосък данък е неадекватен в условията на криза. // Икономически алтернативи, № 5, 2010 , с. 44-53.

кия” данък доведе до нарастване на бюджетните приходи от този източник. Но за разлика от мнението на неговите поддръжници, това не се обяснява толкова като резултат на по-добрата събираемост на данъка (ефект на Лафер) или „изсветляването” на икономиката, а с промените в данъчната база. Само премахването на необлагаемия минимум осигурява ръст на приходите с над 100 млн. лв. Ако се вземат предвид и увеличаването на осигурителните прагове, отмяната на някои нормативно признатите разходи за свободните професии и отказът от семейното облагане, става ясно, че на практика общата данъчна тежест върху доходите на част от физическите лица е нараснала. Въвеждането на пропорционално облагане на личните доходи отслабва възможностите за автоматична фискална стабилизация и означава „демонтиране” на един силен вграден „амортисьор” срещу икономически шокове. Още по-важно е това, че данъчната тежест се пренася към ниските и средните доходи, което засилва подоходната диференциация в обществото. Вместо да намали социалният контраст, данъчната система допълнително го увеличава.

Изложеното ни кара да считаме, че въпреки натрапчивото рекламиране на идеите за плоско облагане, за „щадене” на високите доходи, за вредата от държавното преразпределение и други аргументи в духа на неоконсервативната и неолиберална риторика, основателно е становището, на специалистите, които изтъкват необходимостта от усъвършенстване на облагането на личните доходи при една достатъчно диференцирана скала за третиране на високите доходи[91]. Това ще позволи да се засилят регулативните функции на подоходното облагане като антицикличен стабилизатор и едновременно с това ще повиши справедливостта и равномерността при облагането на личните доходите и социално-регулативната роля на данъка. Не трябва да се подценяват както чисто макроикономическите плюсове на укрепването на ролята на автоматичните стабилизатори, така и значението, което има една такава мярка за социалната диференциация и социалния климат. Последните също имат своите не само политически и морални, но и икономически измерения. Както показват сравнителните изследвания, социо-икономическата среда и разслоението в българското общество са един от важните фактор, които обясняват трудният пазарен преход и незадоволителните макроикономически резултати[92].

Заключение

Фискалната политика може да бъде важен инструмент на макроуправлението както в краткосрочен, така и дългосрочен план. В краткосрочен план тази политика следва да се използва систематично като антицикличен инструмент за намаляване на колебанията в производството и заетостта и за поддържане на икономическата активност близо до потенциала. Заедно с това влиянието на фискалните агрегати върху детерминантите на дългосрочния растеж прави разходните и данъчните решения важни инструменти на политиката за стимулиране на растежа.

---

[91] Вж.: Световната финансово-икономическа криза и България. Доклад за Президента на Република България. София, Септември 2009 г., с. 70, 121; Гълъбов, Н. Причини за бюджетния дефицит. Макроикономическа среда, бюджетни приходи и разходи. София: Сиела, 2004, с. 46-47.

[92] Вж. Якимова, И. Пазарен универсализъм и пазарно разнообразие (Теоретико-практически проблеми на сравнителното изучаване на съвременните пазарни икономики). Варна: ИК СТЕНО, 2006, с. 301-310.

Нелинейният характер на фискалните влияния върху дългосрочния растеж показва, че консолидирането на фискалната позиция и съкращаването на данъците и на бюджетните разходи не означава непременно подобряване качеството на публичните финанси и създаване на предпоставка за преход към по-високи темпове на растеж. Ефектите върху растежа зависят не просто от размера, а преди всичко от състава на бюджетните приходи и разходи, от профила на данъчната и разходната структура. Както прекомерно високото равнище на публичните разходи и данъчното облагане, така и тяхното съкращаване под определено равнище могат да оказват задържащо влияние върху икономическата активност и растежа.

Тезата, че данъчните намаления са ключовият фактор и най-простата рецепта за стимулиране на растежа, не е нито теоретично, нито практически безспорна. Ако това става за сметка на важни производителни елементи на разходите, на задълбочаване на социално-подоходното разслоение и загърбване на нерешените проблеми на публичния сектор, резултатите могат да бъдат само негативни. Фискалната политика може да играе важна роля за стимулиране на растежа само ако макроикономическата настройка на фискалните регулатори отчита и се опира на цялата съвкупност от механизми и канали на фискално влияние върху икономическото поведение на частния сектор и качеството на бизнес средата. Политиката, която експлоатира само данъчните влияния, е непълноценна и не може да разчита на успех.

Анализът показва, че съставът и ефективността на публичните разходи имат ключово значение за повишаване на ролята на фискалната политика в подкрепа на растежа. При ниска ефективност на публичния сектор и бюджетното управление, растежът е по-тясно свързан със структурата на разходите и тяхното насочване в продуктивни направления, отколкото с равнището и структурата на данъците. За България определено съществуват резерви за функционално преструктуриране на разходите в посока на тези сектори, от които зависи качеството на човешкия фактор и които се считат решаващи за усвояване на новите източници на растежа – образование, здравеопазване, наука. Насочването на повече бюджетни разходи в тези сектори, за сметка редуциране на субсидии, административни и други непроизводителни бюджетни пера, може да окаже дълготрайно положително въздействие върху факторите на икономическия растеж и трудовата заетост и представлява една от най-ефективните форми на използване на публичните ресурси. Правителствените разходи в инфраструктурата са вторият важен приоритет. При това следва да се отчита, че макар и да има резерви за повишаване ефективността на инфраструктурните разходи, цялостното решаване на въпросите за развитието и модернизацията на публичната инфраструктура не е възможно без увеличаване на бюджетните ресурси, насочвани в тази сфера.

Определени дисбаланси има и в утвърдилите се през последните години данъчни структури в България. Прекомерно големият дял на косвеното облагане намалява еластичността на данъчните приходи към промените в БВП. Това оказва негативно отражение върху бюджетния потенциал, разпределението на доходите и макроикономическите възможности на фискалната политика. Налице е и значителен дисбаланс между облагането на доходите от труд и доходите от капитал. Ниското облагане на корпоративните доходи, както и плоският данък върху доходите на

физическите лица, поставят в привилегировано положение високодоходните групи от населението и задълбочават социалната диференциация, без да оказват някакво съществено позитивно въздействие върху инвестиционната и икономическата активност.

Много от натрупалите се проблеми във фискалната сфера на България са резултат от линията на силно рестриктивна бюджетна политика, водена през последните години, политика, чиято основна, но твърде ограничена цел бе поддържането на стабилността на бюджетния баланс. В резултат на това до голяма степен останаха загърбени и неоползотворени възможностите за по-активно използване на фискалните инструменти за подобряване на конкурентоспособността и растежа на икономиката. Анализът показва, че преходът към една по-гъвкава и адаптивна фискална политика, която си поставя по-амбициозни цели, би повишила нейната роля както за макроикономическата (а не просто за бюджетната) стабилност, така и като важен лост за стимулиране на инвестиционната активност и растежа.

Използвана литература

1. Ангелов, Ив. и др. Икономиката на България и Европейския съюз – Стратегия за догонващо икономическо развитие до 2020 година. София, 2003.
2. Балабанов, И. Постиженията и отворените проблеми на съвременната бюджетна политика. // Икономическа мисъл, 2002, № 3.
3. България: Пътят към успешна интеграция в Европейския съюз – политическият дневен ред. Световна банка, 2005.
4. Гаман-Голутвина, О. Меняющаяся роль государства в контексте реформ государственного управления: отечественный и зарубежный опыт. (http://www.wpec.ru/publication/index4.html)
5. Гечев, Р. Ниският плосък данък е неадекватен в условията на криза. // Икономически алтернативи, № 5, 2010.
6. Гълъбов, Н. Причини за бюджетния дефицит. Макроикономическа среда, бюджетни приходи и разходи. София: СИЕЛА, 2004.
7. Илларионов, А., Н. Пивоварова. Размеры государства и экономический рост. // Вопросы экономики, № 9, 2002.
8. Инвестиране в бъдещето на Европа. Пети доклад за икономическо, социално и териториално сближаване. Европейска комисия, Ноември 2010 г.
9. Йотова, Л. Фискалната политика като фактор за стабилизация и растеж. В: Икономически растеж и стабилизация. София: УНСС, 2003, с. 72–95.
10. Конвергентни програми на Република България. МФ, 2007, 2009, 2011.
11. Нейчева, М. Публични разходи за образование и икономически растеж. // Икономическа мисъл, № 6, 2008.
12. Мавров, Хр. Размерът на държавните разходи и темпа на икономическия растеж в България. // Икономически алтернативи, № 1, 2007.
13. Минасян, Г. Пътят към евро: Опитът на страните от Източна Европа с паричен съвет. София, 2004.
14. Младенова, З. Неокласическата теория в края на XX – началото на XXI век (постижения, проблеми перспективи). Част първа. Варна: Стено, 2011.

15. Пиримова, В. Разходно-фискална интензивност на растежа в България. // Научни трудове УНСС, том 1, 2001.
16. Рогов, С. Функции современного государства; вызовы для России. Ч. I. // Свободная мысль, № 7, 2005.
17. Световната финансово-икономическа криза и България. Доклад за Президента на Република България. София, Септември 2009.
18. Якимова, И. Пазарен универсализъм и пазарно разнообразие (Теоретико –практически проблеми на сравнителното изучаване на съвременните пазарни икономики). Варна: Стено, 2006.
19. Afonso, A., H. Gruner and Ch. Kolerus. Fiscal Policy and Growth - Do Financial Crises Make A Difference? // ECB Working Paper Series No 1217, June 2010.
20. Barro, R. Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth. // Journal of Political Economy, Vol. 98, 1990.
21. Barro, R. J. and X. Sala-i-Martin. Public Finance in Models of Economic Growth. // CEPR Discussion Papers, No. 630, 1992.
22. Benos, N. Fiscal Policy and Economic Growth: Empirical Evidence from OECD Countries. // Discussion Paper, No. 1, 2005.
23. Bleaney, M., N. Gemmell and R. Kneller. Testing the endogenous growth model: public expenditure, taxation and growth over the long-run. // Canadian Journal of Economics, Vol. 34 Issue 1, February 2001.
24. Devarajan, S., V. Swaroop and H. Zou. The composition of public expenditure and economic growth. // Journal of Monetary Economics No. 37, April 1996.
25. Engen, E., J. Skinner. Taxation and Economic growth. // National Tax Journal, Vol. 49, No. 4, December 1996.
26. Fiscal Policy for Growth and Development from Country Case Studies. // Further Analysis and Lessons, DC2007-0004, March 28, 2007.
27. Fiscal Policy and Economic Growth: Lessons for Eastern Europe and Central Asia. The World Bank, 2007.
28. Gemmell, N. Fiscal Policy in a Growth Framework. // UNU/WIDER, Discussion Paper No. 84, 2001.
29. Folster, S., M. Henrekson. Growth effects of government expenditure and taxation in rich countries. // European Economic Review, No. 45, 2001.
30. Government finance statistics. Summary tables — 2011.
31. Government revenue, expenditure and main aggregates, Eurostat Metadata.
32. Gupta, S., L. Leruth, et al. Transition Economies: How Appropriate Is the Size and Scope of Government? // IMF Working Paper No. 01/55 May 2001.
33. Gwartney, J., R. Lawson and R. Holcombe. The Size and Functions of Government and Economic Growth. // Prepared for Joint Economic Committee, US Congress. Washington, April, 1998.
34. Hiebert, P., D. Lamo, R. de Avila and J. Vidal. Fiscal Policies and Economic Growth in Europe: An Empirical Analysis. In: The Impact of Fiscal Policy, Banca d' Italia, 2002.
35. Kneller, R., M. Bleaney and N. Gemmell. Fiscal policy and growth: evidence from OECD countries. // Journal of Public Economics, Vol. 74, № 2, November, 1999.

36. Larson, S. The Economic Case for Limited Government. // CF&P Foundation: A Policy Analysis, April, 7, № 3, 2007.
37. Lucas, R. On the mechanics of economic development. // Journal of Monetary Economics, Vol. 22, № 1, July 1988.
38. Mendoza, E., G. Milesi-Ferretti and P. Asea. On the Ineffectiveness of Tax Policy in Altering Long-Run Growth: Harberger's Superneutrality Hypothesis. // Journal of Public Economics, Vol. 66, 1997.
39. Pushak, T., R. Erwin and A. Varoudakis. Public Finance, Governance and Growth in Transition Economies: Empirical Evidence from 1992–2004. // The World Bank, WPS No. 4255, 2007.
40. Public finances in EMU. European Economy, 2004–2010.
41. Romer, P. Increasing Returns and Long-Run Growth. // Journal of Political Economy, No. 94, 1986.
42. Statistical Annex of European Economy. Spring, 2010.
43. Taxation trends in the European Union – 2011 edition. European Commission, 2011.
44. Tondl, G. Macroeconomic effects of fiscal policies in the acceding countries. // Vienna University of Economics, April, mimeo, 2004.
45. Tobin, J. Fiscal Policy: Its Macroeconomics in Perspective. // Cowles Foundation Discussion Paper No. 1301, May 2001.
46. Tanzi, V. and H. Zee. Fiscal Policy and Long-Run Growth. // IMF Staff Papers Vol. 44, No. 2, Jun., 1997.
47. Tanzi, V. and L. Schuknecht. Public Spending in the 20th Century: A Global Perspective. NY: Cambridge University Press, 2000.
48. Uhlig, H. One money, but many fiscal policies in Europe: what are the consequences? // CEPR Discussion Paper No. 3296, April 2002.
49. Vedder, R., L. Gallawa. Government Size and Economic Growth. Joint Economic Committeet. Washington DC, 1998.
50. Vreymans, P., E. Verhulst. Growth differentials in Europe: An Investigation into the Causes. In: Growth stimulating Policie, 2005.
51. World Economic Outlook Database, 2007 – 2011.
52. Zagler, M., G. Durnecker, Fiscal policy and economic growth. // Journal of Economic Surveys No. 37, 2003.

FISCAL EFFECTS OVER LONG- TERM ECONOMIC GROWTH

Prof. Dr Vladimir Vladimirov

Abstract

The object of analysis of the study are the long-term effects of fiscal policy and its role for the increase in the potential for economic growth. These issues are discussed both in terms of general theory and from the point of view of the trends in the fiscal sphere of Bulgaria in the past 10-15 years. The first part of the paper presents a theoretical analysis of the channels and the mechanisms for potential influences of the fiscal policy and in particular of the tax and expenditure aggregates on

economic activity in the context of the theories of endogenous growth. On that basis the study continues with an empirical and comparative analysis of the trends and the policy in the fiscal sphere in Bulgaria and the countries of the EU. There are discussed the contemporary dimensions of the correlation between the total amount of public spending and economic growth. There is emphasized the non-linear nature of that correlation and also the fact, that the fiscal influences on growth rate are not determined solely by the share of public spending in GDP, but rather are largely dependent on the structure of the spending and the methods of its financing. Particular attention in the study is paid to the tax effects on economic growth. There is argued the proposition that the role of these influences should not be overstated and that taken as the grounds for the search for easy decisions concerning tax incentives aimed at stimulating growth. Based on the analysis there are outlined possibilities for changes in the fiscal policy of Bulgaria in view of raising the quality of public finance and its positive effect on the business environment and the factors for economic growth.

EINFLUSS DER FISKALPOLITIK AUF DAS LANGFRISTIGE WIRTSCHAFTSWACHSTUM

Prof. Dr. Vladimir Vladimirov

Zusammenfassung

Gegenstand der Studie sind langfristige Effekte der Fiskalpolitik und ihre Rolle für die Erhöhung des Wirtschaftswachstumspotentials. Diese Fragen werden sowohl in allgemeiner theoretischer Perspektive als auch in Hinsicht auf die fiskalen Tendenzen Bulgariens in den letzten 10-15 Jahren betrachtet. Der erste Teil der Arbeit enthält eine theoretische Analyse der Wege und Mittel und der Mechanismen der potenziellen Einwirkung der Fiskalpolitik und besonders der Geldmengenaggregate auf Wirtschaftsaktivitäten im Kontext der Theorien über das endogene Wachstum. Auf dieser Grundlage wird weiter eine empirische Vergleichsanalyse der Tendenzen und der Politik des Fiskus in Bulgarien und in den anderen EU-Ländern. Außerdem wird die Abhängigkeit zwischen der Summe der öffentlichen Ausgaben und des Wirtschaftswachstums heutzutage behandelt. Ein Schwerpunkt liegt auf dem nicht-linearen Charakter dieser Abhängigkeit und auf der Tatsache, dass die fiskale Einwirkung auf das Wachstum nicht eindeutig durch den Anteil der öffentlichen Ausgaben am BIP determiniert werden, sondern in einem bedeutenden Ausmaß von der Zusammensetzung der Ausgaben und deren Finanzierung abhängig sind. In der Studie werden insbesondere Wirkungen der Steuerpolitik auf das Wirtschaftswachstum beleuchtet. Es wird der Standpunkt argumentiert, dass die Rolle dieser Wirkungen nicht überbewertet werden darf, wenn auch dadurch einfache Lösungen zur fiskalen Förderung des Wachstums ermöglicht werden. Aufgrund der Analyse werden Möglichkeiten zu Reformen der Fiskalpolitik Bulgariens mit Hinsicht auf die Verbesserung der Qualität der öffentlichen Finanzen und auf deren positive Wirkung auf das Wirtschaftsklima und die Faktoren des Wirtschaftswachstums in Betracht gezogen.

ФИСКАЛЬНЫЕ ВЛИЯНИЯ НА ДОЛГОСРОЧНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Проф. д-р Владимир Владимиров

Резюме

Предметом исследования настоящей работы является долгосрочный эффект фискальной политики и ее роль в увеличении потенциала экономического роста. Эти вопросы рассматриваются как в общетеоретическом плане, так и с учетом тенденций в фискальной сфере Болгарии в последние 10 – 15 лет.

Первая часть работы содержит теоретический анализ каналов и механизмов потенциального влияния фискальной политики, в частности налоговых и расходных агрегатов на экономическую активность в контексте теорий эндогенного роста. На этой основе дальше в исследовании идет эмпирический и сопоставительный анализ тенденций и политики в фискальной сфере Болгарии и стран ЕС. Рассматриваются современные измерения зависимости между общим размером публичных разходов и экономическим ростом. Ставится акцент на нелинейный характер этой зависимости и на то, что фискальное влияние на рост не определяется однозначно долей публичных расходов в ВВП, а в значительной мере зависит от состава расходов и от способов их финансирования.

Особое внимание в разработке уделяется влиянию налогов на экономический рост. Аргументируется мнение, что роль этого влияния не следует преувеличивать, чтобы не искать в этом основания к поиску легких решений фискального стимулирования роста. На основе анализа определяются возможности изменений в фискальной политике Болгарии с учетом повышения качества публичных финансов и их положительного влияния на бизнес и на факторы экономического роста.

С ъ д ъ р ж а н и е

УДК – 338.48
EconLit – L830

НАУКАТА ЗА ТУРИЗМА И МЯСТОТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ПОЛИТИКА В НЕЙНИЯ ОБЕКТ И ПРЕДМЕТ

Проф. д-р М а р и н Н е ш к о в

Рецензенти: Проф. д-р ик. н. Н. Николинка Сълова
Доц. д-р Виолета Димитрова

Увод

Като ново социално-икономическо явление туризмът е закономерно следствие от установяването на съвременните форми и механизми на обществени отношения. Знанието за него е плод, но същевременно и израз на обективни човешки нужди. То възниква и се утвърждава като резултат от *масовизацията на това явление и превръщането му от индивидуална в обществена потребност*. Неговите наченки се появяват там и тогава, където и когато възможностите за саморегулиране на туризма се изчерпват и назрява обективната нужда от неговото съзнателно управление. Удовлетворяването й изисква специфични познания за условията и възможностите за разумното му използване в служба на обществения прогрес.

До втората половина на 19-ти век туризмът се развива като *инцидентно, елитарно и индивидуално по характер явление* и няма особено значение и последици за общественото битие. Неговото масовизиране започва с появата и утвърждаването на новия тип обществени отношения в Западна и Средна Европа в края на 19-ти и началото на 20-ти век. Този процес стартира в страните от Алпийския регион, което има своите логични причини. Именно там се създават обективните и субективни предпоставки и условия за възникване и развитие на първите съвременни *масови видове туризъм – балнеолечебния и планинския*.

Утвърждаването на туризма и повишаването на неговата роля в общественото развитие провокира появата и еволюцията на науката за това явление. В специализираната литература по туризъм в чужбина (и особено у нас) този процес дълги години остава в периферното полезрение на изследователите и не се утвърди като траен обект на задълбочени и системни проучвания. Същевременно в национален, европейски и световен мащаб проблемите на научното обслужване на туризма стават все по-актуални. Главна причина за това са увеличаващите се мащаби на потребността от научна информация за формирането и реализацията на международната, националната, регионалната и локалната туристическа политика. „Политика-

та е фундаментален, но все още пренебрегван компонент, както в системата за управление на туристическото развитие, така и от науката за туризма. Изследванията на политическите измерения на туризма (социално-икономическо явление със значимо участие в разпределянето на властта в приемащите места и общности, в културното им представяне, социализацията и международните отношения) е в незадоволително състояние."[1]

Представеното по-горе мотивира и избора на тематиката в настоящата студия. Нейната **основна цел** е: ***чрез изследване на достиженията в развитието на туристическата наука да се характеризира и оцени мястото и ролята на туристическата политика като нейно основно съдържателно направление в настоящото и бъдещото ѝ развитие.***

Така определената цел се реализира с решаването на следните конкретни **изследователски задачи:**

1. Анализ на процесите, свързани с появата и развитието на науката за туризма.
2. Съдържателна характеристика и оценка на науката за туризма и мястото и ролята на туристическата политика като част от нейния обект и предмет.
3. Разкриване същността и особеностите на туристическата политика в контекста на науката за туризма.

Обектът на изследване в студията е науката за туризма (учението за туризма или туризмологията) в нейната динамика, структура и съдържание, а нейният **предмет** – процесите на интегриране на политическите измерения на туризма в специфичния обект и предмет на туризмологията. **Основната теза** в настоящото изследване е, че туристическата наука, в качеството си на интердисциплинарна подсистема от системата на науката, трябва да отделя подобаващо внимание към изследването на туристическата политика и нейните взаимовръзки с икономическите, социалните, културните, екологичните и другите измерения и въздействия на туризма в ролята му на определящ фактор на съвременното обществено развитие.

Настоящата студия е част от по-крупен монографичен труд на нейния автор, посветен на туристическата политика на България. Той представя неговите теоретични основи и в този смисъл е подходящ както за студентите-магистри, които изучават дицсциплината „Макрорегулиране на туристическия бизнес", така и за изследователи и специалисти, работещи в областта на теорията и практиката на политическото управление на туризма у нас. **Основният подход**, който стои в основата на изследването, е *системният*, заедно с използваните класически методи на анализа (системен, сравнителен, ситуационен), синтеза, историко-логическия и метода на историческия аналог.

[1] Вж. Hall, M. Tourism and Politics: Policy, Power and Place. Chichester/New York: John Wiley&Sons, 1994, p.vii.

Глава първа

ПОЯВА И РАЗВИТИЕ НА НАУКАТА ЗА ТУРИЗМА

1.1. Еволюцията на пътуванията и туризма

Всеки процес или явление в природата и обществото се появява и развива, ако е налице обективна нужда от него. Туризмът също е следствие и резултат от натрупваните през хилядолетията количествени и качествени промени в системата на човешките потребности. Постепенната им и продължителна трансформация, на определен етап от развитието на цивилизацията обективно предизвиква и появата на първичните форми на туристическата потребност.

Като съвременно масово явление туризмът се развива и утвърждава едва през последните столетия. Въпреки че той не съществува в такъв вид от зората на човешката цивилизация, не бива да се изключва наличието на наченки или проявлението на негови начални форми назад във времето. Отчитайки това обстоятелство, можем да твърдим, че произходът му следва да се търси в *неговите генетични връзки със сродни явления*, върху основата на и посредством които това явление еволюира и придобива съвременния си вид. Най-общо като такива можем да определим ***пътуването (пътешествията)*** и ***гостоприемството***, заедно с техните най-характерни мотивационни основи – търговията, лечението, религията, спортът и развлеченията.

Светът започва съществуването си от **движението**. Първите заселници на нашата планета са сменяли постоянно местопребиваването си в зависимост от капризите на природата или движението на дивеча, за да си осигурят по-добри условия за живот. Постепенно техният ***номадски начин на живот*** се променя и те започнали да се застояват по-дълго и да се заселват на едно място. Това създава обективните предпоставки и условия за поява и развитие на ***пътуванията*** като форма на обществена активност. Те, от своя страна, предполагат временното напускане на постоянното местоживеене, защото който пътува, излиза от това място, за да се върне отново в него[2]. Мотивите за пътуване постепенно надхвърлят елементарните житейски нужди и обхващат широкия спектър на *материалните и духовните потребности*, а тяхната еволюция създава обективните предпоставки и условия за поява и развитие на туризма като обществено явление[3]. Историческите изследвания характеризират последното в тясна взаимозависимост и *следствие от пътуванията*[4]. В античните цивилизации наред със служебната цел, лечението, участието в спортни състезания и тържества, в мотивацията присъства и *познанието, стремежът към докосването до непознати светове и култури*. Особена роля в тази насока са играли и откривателските пътешествия, дали мощен тласък на обществения прогрес.

---

[2] Именно това стои в основата на една от най-характерните същностни черти и на съвременния туризъм, тълкуван като „пътуване и временно пребиваване извън постоянното местожителство.... ”

[3] Вж. Нешков, М. и др. Въведение в туризма. Варна: Наука и икономика, 2007, с. 57-59.

[4] Пак там, с. 61.

Трансформацията на пътуванията в туристически има специфична обективна и субективно-мотивационна основа, която се отличава със *свобода* (на избор, финансова независимост и свободно време), *непринуденост*, *доброволност*, *удоволствие* и *самоцел*. В миналото пътуванията не са били доброволни, осъществявали са се под натиска на необходимостта и са имали обективно определена цел, не са доставяли удоволствие, а са били свързани с трудности, неудобства и опасности. Финансовите възможности и свободното време са били привилегия на отбран обществен елит. Ето защо, повратният момент и началото в развитието на съвременния туризъм може да се потърси *по времето и след индустриалната революция* и свързаната с нея поява и *развитие на масовия пътнически транспорт* (железницата) в Англия. Именно в този период постепенно назряват конкретните обективни причини и предпоставки за развитие на туризма в неговия съвременен вид: разрастване на търговията; усъвършенстване на транспортната система; обществено разделение на труда; интензификация на труда и производството; повишаване на икономическото благосъстояние на населението; научно-технически прогрес и последиците от него; урбанизация и нарушено равновесие в системата „човек – околна среда", обездвижване и поява на нови болести; увеличаване на свободното време; промени в системата на духовните потребности; демократизация на обществения живот и промени в социалната структура на населението; глобализация и др. В своята съвкупност те провокират появата на *организираното туристическо пътуване*, чийто родоначалник е англичанинът Томас Кук[5].

Ерата на модерния туризъм от края на 19 в. до периода между двете световни войни е свързана с балнеолечебния, планинския и най-вече възхода на морския туризъм. В Европа рекреативният туризъм на море се разширява по бреговете на Адриатика и Гърция, а на Американския континент – във Флорида, Карибския басейн, Куба, Бахамските острови и Мексико. Успоредно с него се развива и ски-туризмът – отначало в Скандинавието, а по-късно и в страните от Алпийския регион. Първите зимни олимпийски игри са организирани и проведени през 1924 г. в Шамони. Като водещи курорти по това време се утвърждават Межев и Комблу (Франция) и Сент Мориц (Швейцария).

Постепенно *туристическото движение се демократизира* благодарение на икономическия подем, развитието на железопътния и автомобилния транспорт и въвеждането на платените отпуски. Начало на регламентираното годишно свободно време е поставено в САЩ през 1914 г. Последователно отпуските се въвеждат в Австрия и Нова Зеландия (1920 г.), Русия (1922 г.), Италия (1924 г.), Канада и Великобритания (1934 г.), Белгия и Франция (1936 г.).

До началото на Втората световна война туризмът все още не надхвърля националните мащаби и обхваща сравнително малка част от населението. Неговото масовизиране се свързва със значимите промени в обществено-икономическото развитие на Европа и света след 1950 г., свързани с развитието на въздушния транспорт, съвременната компютърна техника, роботиката и сателитните телекомуникационни системи.

---

[5] Вж. М. Нешков. Пътнически агенции и транспорт в туризма. Варна: Наука и икономика, 2007, с. 91-95.

1.2. Особености на туризма като обект на научното познание

Съвременният туризъм, в качеството си на обект на научното познание, може да се характеризира преди всичко като ***ново социално-икономическо явление***. От изложеното до тук става ясно, че той се появява на доста по-късен етап от еволюцията на човешките потребности и общественото разделение на труда, тъй като обективно изисква по-висока и зряла степен на тяхното развитие. Въпреки че в хилядолетната история на пътуванията се срещат примери и за такива, които са осъществявани с аналогични на туристическите мотиви и цели за туризъм, за него, в днешния смисъл на това понятие, можем да говорим едва след първата половина на 19-ти век. Преди този период явлението е имало предимно *индивидуален*, *случаен*, *инцидентен* и *елитарен* характер. В този си вид то не е било оценявано като обществено значимо и полезно, поради което публичните субекти не отделяли необходимото внимание за *регламентиране или регулиране* на неговото развитие. В процеса на неговата масовизация и утвърждаване на обществената му значимост постепенно се налага необходимостта от задължителното му включване в *значимите обекти на научното познание*.

Туризмът е *и* ***динамично явление***. Това, от една страна, се определя от обстоятелството, че то генетично се свързва с движението, пътуването, преместването от едно място на друго. От друга страна, вследствие на по-късната си поява, туризмът „стартира" доста устремно и се развива с изключително бързи темпове, което е характерно особено в периода след Втората световна война. Динамичният характер на явлението можем да свържем и с постоянните изменения на неговите съдържателни характеристики, с непрекъснатото развитие, обогатяване и качествено усъвършенстване на конкретните негови видове и форми на проявление. Постоянните количествени, структурни и качествени изменения в съвременния масов туризъм обективно налагат *политическа намеса* за създаване на условия за реализиране на значими ефекти или предотвратяване на отрицателни последици от неговото развитие.

Туризмът е и ***„надстроено" явление***. Това означава, че той няма свой самостоятелен исторически път, а се появява и развива върху вече изградени и утвърдени в процеса на обществената еволюция стопански и социални структури (отрасли и сектори) и дейности (пътуване, гостоприемство). В този смисъл туризмът наследява и приема техни характеристики и същевременно утвърждава свой собствен облик и специфика. Типични примери в тази връзка са генетичните връзки и взаимовлияния на явлението с транспортния отрасъл, културата, изкуството, образованието и здравеопазването. „Надстрояването" на явлението означава още, че то „прескача" определени стадии в развитието на обществените отношения и заимства достиженията на научно-техническия прогрес от други сфери и социални дейности. „Надстроеният" характер на туризма определя обективната необходимост от „подчиняване" на и обвързване на неговото развитие с *общите регулативни мерки и въздействия* в рамките на обществената система

Туризмът е ***сложно*** и ***многозначно явление***. Краткият и ускорен процес на неговото историческо развитие при същевременното заимстване на елементи от други сродни обществени сектори са основните причини за това. В процеса на своя-

та еволюция явлението преминава през различни стадии, които го характеризират последователно и едновременно като *индивидуална* и *обществена потребност*. Първоначално то започва развитието си като сбор от различни дейности на индивида (пътуване, пребиваване в дадено място, обучение, спорт, развлечение и пр.). Впоследствие се утвърждават и обществените функции на явлението, синтезирани в създаването на система от условия за осигуряване на индивидуалното туристическо потребление. Сложната и противоречива природа на туризма се дължи и на много други обстоятелства. Той включва в съдържанието си динамични, но и статични елементи, „производствени", но и множество обслужващи дейности и процеси. Всичко това налага изучаването на туризма като *обект на политическо въздействие със сложен и многообразен характер*.

Туризмът е ***интегрално*** и ***комплексно явление***. Формирането и потреблението на неговия специфичен продукт е единен процес, който обединява много разнородни елементи в своеобразна индустрия, която освен типично туристически (хотелиерство, ресторантьорство, туроператорство) включва и редица други сектори и дейности: транспорт, търговия, строителство, архитектура, индустрия, медицина, изкуство, култура и пр. Освен това туризмът приобщава дейности и взаимодействия и в по-широките съдържателни рамки на „индустрията на свободното време". Днес той не може да реализира обществените си функции, без да използва наследството от развитието на почти всички елементи от природната и социалната среда. Това определя неговата специфика като *многоцелеви обект* на общи и специфични регулативни въздействия.

Туризмът, като сравнително ново явление, е закономерно следствие от установяването на съвременните форми и механизми на обществените отношения. Познанието за него е естествен резултат, но същевременно и израз на обективни човешки нужди и потребности. То възниква и се утвърждава като следствие от процесите на *масовизация на това явление и трансформирането му от индивидуална в обществена потребност*. Неговите наченки се появяват там и тогава, ***където и когато саморегулирането на това явление става невъзможно***. Така постепенно назряват обективните нужди от неговото ***съзнателно управление***. Тяхното удовлетворяване изисква целенасочени познания, необходими за разумното му използване в служба на обществения прогрес.

1.3. Поява и предистория на науката за туризма

Науката за туризма (туризмологията)[6] се появява сравнително по-късно, поради което може да се причисли към новите области на научното познание. В този й вид тя следва да се възприема, изучава и характеризира като „отворена" и

[6] Това понятие навлиза в специализираната терминология по туризъм като синоним на „наука за туризма": вж. напр. в Google 1230 страници с „tourismology": http://www.google.bg/search? q=tourismology&hl=bg&lr=&as_qdr=all&start=20&sa=N; вж. още наименованието на електронно издание „Tourismology – a scientific approach to tourism and hospitality phenomena": http://www.tourismology.org/; заглавие на научен доклад на Third International Conference on Interdisciplinary Social Sciences, Prato, Italy, July/2008: „Logies of Tourismology: The Need to Include Meta-Theories in Tourism Curricula: http://i08.cgpublisher.com/ и др.

непрекъснато усъвършенстваща се *система от организирани, логично подредени и целенасочено използвани научни знания за явлението туризъм*. Нейното начало се свързва с и обуславя от процеса на превръщането на това явление в обществено значим фактор със сериозни последици за развитието на човешката цивилизация в новата и най-новата й история.

Наченките и ранните прояви на науката за туризма все още не са обхватно регистрирани, подредени, датирани и системно изследвани. В някои публикации се съдържат факти и събития, от които се гради относително точната представа за генезиса на туризмологията. Първите опити за осветляване на този процес намираме още в края на 18-ти и началото на 19-ти век. В основния курс по екскурзоводство, издаден в Олденбург (Германия) се твърди, че през зимния семестър на 1795/96 г. Август Шльозер (A. Schlözer) е подготвил и изнесъл първия лекционен курс по туризъм в университета в гр. Гьотинген[7]. Като исторически пример за начални опити в това направление се сочи и приетия на 26 май 1807 г. *Декрет на дворцовата канцелария на Австрия* за устройство и развитие на балнеолечебния курорт Теплиц-Шьонау (Teplitz-Schönau)[8], в който са направени и първите опити за определяне на стопанската и социалната роля на туризма, условията и факторите за неговото развитие и др.

От други източници научаваме, че началото на науката за туризма е поставено по-късно с ***научните трудове*** *от* 80-те години на 19-ти век[9] на: *Йохан Ангерер* (J. Angerer) „Туризмът в немския Южен Тирол" („Das Fremdenwesen im deutschen Südtirol") от 1881 г.[10], *Едуард Гюер-Фрьолер* (E. Guyer-Fröler) „Хотелиерството" („Das Hotelwesen"), от 1883 г., *Паул Деен* (P. Dehn) „Модерният туризъм" – за икономическите резултати от развитието на туризма в Швейцария и някои немски градове от 1883 г.[11], *Йозеф Щраднер* (J. Stradner) от 1884 г. и др.[12]

Сериозен опит за разкриване генезиса на туристическата наука е направен по повод юбилейното честване на Института по туризъм към Стопанския университет във Виена[13]. В него, въз основа на доклад на Й. Щраднер[14] от 1890 г., се отбелязва, че на 13 и 14 април 1884 г. е организиран и проведен първият *Конгрес на делегатите за стимулиране развитието на туризма в австрийските алпийски провинции* в Грац. Той бил свикан от Съюза за подпомагане на туризма в Щирия (Steiermark) в интерес на всички съюзи и институции, заинтересовани от развитието му в Австрия. Според автора на доклада, дългогодишния ръководител на споменатия институт проф. Паул Бернекер (P. Bernecker), протоколът от неговите

---

[7] Marie-Loise Schmeer-Sturm u. a. Reiseleitung. München/ Wien: Oldenbourg Verlag, 2001, S. 13.

[8] Вж. Bernecker, P. 50 Jahre Institut für Fremdenverkehr der Wirtschaftsuniversität – Wien. Wien, 1984, S.1-2.

[9] Вж. Енев, Н. и др. Икономика и организация на туризма. Варна: Г. Бакалов, 1975, с. 5-6.

[10] Вж. Antunac, I. Kratak nacrt za historiju i razvitak teoretsko-naučne misli o turizma. // Turizam, № 8-9, Zagreb, 1965, s. 17.

[11] Вж. Dehn, P. Der moderne Fremdenverkehr. Franz'sche Hofbuchhandlung. München, 1883 (цитирано по: J. Stradner. Der Fremdenverkehr: eine folkswirtschaftliche Studie. Graz: Leykam, 1905).

[12] Вж. Bernecker, P. Цит. съч., с 1-2.

[13] Пак там.

[14] Вж. Stradner, J. Die Förderung des Fremdenverkehrs. Graz: Kulturbilder aus Steiermark, 1890, S. 274.

заседания е **основополагащ документ** в развитието на съвременната наука за туризма.

През следващите години поредица от научни публикации бележат по-нататъшните стъпки в развитие на науката за туризма: на Й. Щраднер –„Поощряването на туризма" в сборника „Културни картини от Щирия" от 1890 г.;[15], на Е. Фрьолер – „Значението на туристическата статистика" от 1896 г.; на Л. Бодо – „Изследване на пътуванията и разходите на чужденците в Италия" от 1899 г.; на Л. Вьорл – „Развитието на туризма в града и селото" от 1901 г.; на Фр. Цаан – „Икономическо значение на туризма в Северна Бавария" от 1904 г., на Паул Дам – „Хотелиерската индустрия и туризмът" от 1908 г.; на Л. Бодио – „Изследване на разходите на чужденците в Италия" от 1910 г.; на Херман фон Шюлерн-Щратенхофен – „Туризмът и националното стопанство" от 1911 г.; на Р. Глюксман „Учение за частното стопанство в хотелиерството" от 1917 и др.[16]

Не без основание са твърденията на много автори, работили в изследваното направление, че модерната наука по туризъм започва истинското си развитие от **първия значим труд на Й. Щраднер „Туризмът"** („Der Fremdenverkehr"), издаден през 1905 г. в Грац, Австрия. С него се поставят макроикономическите основи на туризмологията (Volkswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs). Неоценими са приносите на икономиста, журналиста и пътеписеца Щраднер за развитието на това нейно направление[17]. За пръв път той: разграничава туризма от пътуването и пътническия транспорт; формулира и изяснява основните специализирани термини (туризъм, туристическа индустрия, туристическа реклама, туристическа политика и др.); определя и оценява икономическите и неикономическите функции, роля и значение на туризма, условията и факторите за развитието му; прави критичен анализ и дава насоки за усъвършенстване на съществуващата и създаване на нова система на туристическа статистика. През 1917 г. същият автор в публикацията си „Пробивът на туризма" представя резултатите от изследването си за влиянието на туризма върху местната икономика и развива теорията за периферното туристическо потребление[18].

Изключително плодотворни за развитието на туристическата наука са **20-те години на 20-ти век в Германия**, когато на историческата сцена се появяват учени, които укрепват, доразвиват постигнатото и дават значим принос в тази област[19]. През този период са разработени и първите ***дисертации по проблемите***

[15] Вж. Stradner, J. Цит. съч., S. 257.

[16] Вж. Bibliographie der Literatur über Fremdenverkehr. Archiv für den Fremdenverkehr. Herausg. Prof. Glücksmann, R. Forschungsinstitut für den Fremdenverkehr. Berlin: Jahrgang 1930/31 Heft 1-4.

[17] Вж. подр. Щраднер, Й. Туризмът – едно макроикономическо изследване. Варна: Наука и икономика, 2009, с. 9.

[18] Geschichte der Tourismusforschung:http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_der_Tourismusforschung: http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_der_Tourismusforschung;von http://www.thgweb.de/lexikon/Geschichte_der_Tourismusforschung.

[19] Сред учените от това време се открояват: Роберт Глюксман (Robert Glücksmann), Артур Борман (Artur Bormann), Херман фон Шюлерн-Щратенхофен (Hermann von Schullern-Schrattenhofen), Паул Неф (Paul Neff), Вилхелм Моргенрот (Wilhelm Morgenrot), Вернер Зомбарт (Werner Sombart), Грегор Вебер (Gregor Weber), Вилхелм Киршбаум (Wilhelm Kirschbaum), Ернст Лутц (Ernst Lutz), Максимилиан Клафковски (Maximilian Klafkowsky), Карл Шмидт (Karl Schmidt) и др.

на туризма на: *Р. Юст* – „Община Ароза. Нейният стопански живот преди и по време на туризма" (1907), *К. Шпютц* – за туризма в Тирол (1919), *П. Неф* – за международния туризъм като стопански фактор (1921), на *В. Варнеке* – за туризма като явление (1921), на *Й. Вайсгебер* – за стопанското значение на туризма в Бавария (1921), на *В. Киршман* – за хотелиерството в Бавария (1922), на *Е. Лутц* – за влиянието на световната война върху развитието на туризма (1926) и др. Все в този период проф. *Фон Шюлерн-Щратенхофен* провежда едно от първите изследвания, свързани с туризма като обект на научен интерес, а П. Неф в дисертацията си формулира една от първите научни дефиниции за туризма като: *„движение на лица, които временно напускат своето местоживеене със стопански, културни, професионални, спортни, здравни и развлекателни цели, без да променят свързаните с него правни и икономически отношения"* (цитирано по Spatt, E. Allgemeine Fremdenverkehrslehre)[20].

До края на Първата световна война приключва предисторическия етап в развитието на науката за туризма. Основание за този извод дава обстоятелството, че в този период се поставят само ***основите на системата от организирани научни знания (науката) за туризма***, но изграждането на самата система не е приключило. Една от най-важните нейни подсистеми – специализираните научни и организационни звена все още са в своя начален и идеен стадий на развитие. Освен това в периода между двете световни войни самата наука за туризма се превръща в ***самостоятелен обект и предмет на научни изследвания***. Един от първите опити за определяне на нейното място сред останалите науки, както и основните нейни проблеми, прави В. Беншайт (W. Benscheidt). В своята публикация „Учението за туризма като наука" (Die Lehre vom Fremdenverkehr als Wissenschaft) той пише: *„Систематизирана наука за туризма е необходима, защото: практическата дейност по неговото управление изисква точен, ясен и еднозначен терминологичен апарат, за да може да се справи с многообразния и противоречив характер на явлението; стопанското и национално-политическото значение на туризма изисква и ясно разбиране за неговата природа; националното стопанство досега е дало твърде малко или нищо на туризма."* [21]

1.4. Етапи в развитието на съвременната наука за туризма

Съвременното развитие на науката за туризма се свързва най-вече с процеса на нейното ***институционализиране***[22] или създаване на специализирани *академични* и *изследователски звена*, които инициират, развиват и утвърждават знанието за туризма. В архивните документи намираме редица примери за появата и дейността на първите инкубатори на науката по туризъм[23] в периода до и по време на Втората световна война: Международният институт за обучение по хотелиер-

[20] Geschichte der Tourismusforschung. Цит. уеб сайт, с. 1.

[21] Вж. Benscheidt, W. Die Lehre vom Fremdenverkehr als Wissenschaft. // Archiv für den Fremdenverkehr, 5. Jahrg., No.1, Berlin, 1934, S. 2-6.

[22] Вж. Bernecker, P. Цит. съч., с. 2.

[23] Вж. Нешков, М., Н. Апостолов. Туристическата наука и обучението по туризъм в Р. България в контекста на европейския опит. // Икономика и управление, № 3, 2008, ЮзУ, Благоевград, 2010, с. 32-33.

ство, създаден през 1914 г. в Дюселдорф и трансформиран във Висше училище по хотелиерство и транспорт през 1920 г.[24]; първата в Европа и в света катедра по туризъм в Римския университет в 1925 г. с ръководител Анджело Мариоти (A. Mariotti)[25]; Изследователският институт по туризъм към Висшето търговско училище в Берлин от 1929 г., ръководен до закриването му през 1935 г. от Робърт Глюксман (R. Glücksmann)[26]; Изследователският институт по туризъм към Стопанския университет във Виена, създаден по инициатива на Франц Дьорфел (Fr. Dörfel) [27] и ръководен от 1954 до 1984 г. от проф. П. Бернекер; Студиумът по туризъм в Краков (Полша)[28]; Институтът за изследвания по туризъм към Университета в Берн и Семинарът по туризъм в Сен Гален през 1941 г. През 1924 г. е основана и Световната туристическа организация[29]; през 1927 – в издадения влиятелен за времето си Наръчник за социални науки (Handwьrterbuch der Staatswissenschaften) за пръв път е включена статията „туризъм"; от 1930 до 1935 г. Р. Глюксман създава и поддържа уникалното за времето си печатно издание „Архив на туризма" – една международна научна платформа за туризъм с основни акценти в областта на статистиката и националното стопанство, организацията на туризма и туристическата политика, рекламата, хотелиерството, географията на туризма, транспорта и балнеологията. Берлинският институт от 1929 г. и неговият „Архив на туризма", както 10 години по-късно ги оценява проф. Хунцикер, са имали проправящо пътя на науката за туризма значение[30].

Институциализацията на науката за туризма **след Втората световна война** е белязана с няколко по-важни събития: учредяване на *Международната асоциация на научните експерти по туризъм*[31] – МАНЕТ (Association Internationale d'experts Scientifiques du Tourisme AIEST) със своите научни издания: Списание за туризъм (Zeitschrift für Femdenverkehr) и от 1952 – Годишник за туризма (Jahrbuch für Femdenverkehr); създаване на *Международна академия по туризъм* – МАТ (Akademie Internatonale du Tourisme – AIT) през 1951 г. в Монте Карло с научното й периодично издание „*Ревю на МАТ*" („Revue de AIT"); създаване на *Немски стопански институт по туризъм* (Deutsches wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr) към Университета в Мюнхен и *Институт по туризъм* (Institut für Fremdenverkehr) към Университета „Й. В. Гьоте" във Франкфурт на Майн през 1951 и 1952 г. Институтът в С. Гален до 1969 г. се ръководи от Хунцикер, наследен след това от Кл. Каспар. Начело на института в Берн до 1963 г. е К. Крапф, чиито

[24] Вж. Herold, T. Die neue Verkehrshochschule in Düsseldorf. Berlin: Karl Heymann Verlag, 1920, S. 3.

[25] Вж. Glücksman, R. Das Ziel des Forschungsinstitut für Fremdenverkehr. Vortrag zur Gründungsfeier der Gesellschaft für Fremdenverkehr in Berlin. In: Sonderdruck der Zeitschrift „Verkehr und Bäder", Berlin: Bäder-Verkehrs-Verlag, Nr. 23, 1929, S. 6.

[26] Вж. Auch der Fremdenverkehr wird jetzt Wissenschaft. ** Acht Uhr Abendblatt, Berlin, 9. Februar 1929.

[27] Вж. Bernecker, P. Цит. съч., с. 1-2.

[28] Вж. Warszynska, J., An. Jackowski. Podstawy geografii turyzmu. Warstawa PWN, 1979, p. 89.

[29] През целия период на съществуването си до днес тази единствена по рода си междуправителствена туристическа организация, в ролята си на специализирана институция на ООН, дава своя неоценим принос за развитието на научното и академично знание с изграждане и развитие на системата на международната туристическа статистика, с обединяване на усилията на много международни научни експерти, академични звена, жентрове за обучение и квалификация на кадри за туризма и пр.

[30] Вж. Hunziker, W., K. Krapf. Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Zürich, 1942.

[31] Нейн дългогодишен президент е швейцарският професор Клод Каспар (Cl. Kaspar).

последователи са Паул Риш (P. Risch) и от 1971 – Й. Крипендорф (J. Krippendorf). Виенският институт от 1951 до 1984 – от П. Бернекер. Сравнително кратък път на развитие има Институтът, основан в Залцбург през 1969. И до днес функционира създаденият през 1950 г. с участието на индустриалци и политици към Университета в Мюнхен Германски институт за стопански науки в областта на туризма („Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr). Негови ръководители отначало са Карл Рьосел (K. Rössle), Бернард Пфистер (B. Pfister) и Едгар Майерхофер (E. Mayerhofer). Този институт насочва дейността си към по-тясно ориентирани към практиката стопански проблеми основно в областта на хотелиерството. В края на 50-те в Дрезденското висше училище по транспорт по инициатива на Хорст Юбелс (H. Übels) започват научни занимания, свързани с туризма. Под негово ръководство през 1961 г. е създадено изследователско звено, а през 1963/64 специалност и катедра по туризъм. Към Висшето търговско училище в Лайпциг също са създадени подобни звена с акцент върху хотелиерството.

През 1961 г. в Мюнхен е създаден (преместен впоследствие в Щарнберг) Изследователски кръжок по туризъм (Studienkreis für Tourismus”) – една точка на кристализация на мулти- и интердисциплинарни приложни изследвания. Зад инициаторите Паул Риегел (P. Riegel), Хайнз Хаан (H. Hahn), Валтер Каан (W. Kahn) и др. застават църквата, туристическата индустрия и науката. През 60-те години, отчасти в кооперация с универсални научни направления, са осъществени много пионерски изследвания с тематика в областта на социологията, социалната психология и народопсихологията[32].

Представените примери недвусмислено определят водещата роля на Европа като люлка не само на световната цивилизация и на туризма, но и на науката за него. Приносът на Северна Америка, по-конкретно на САЩ, се свързва с академичното обучение по хотелиерска администрация в началото на 30-те години на 20-ти в. във *Вашингтонския държавен университет*[33]. През 70-те години социалните науки започват да набират скорост и в изследването на туризма. През 1974 в САЩ с международно участие в издателска компания „Elsevier” започва издаването на „Летопис на научните изследвания на туризма” („Annals of Tourism Research”[34]), за пръв път след „Архив за туризма”, като професионално списание на широка научна основа[35]. За Средна Европа и до днес може да се твърди, че липсва такава платформа.

В средата на 50-те години на 20-ти век науката за туризма започва да се развива и в Източноевропейските страни. Началото е поставено в Полша със създаването на *Научноизследователски институт по туризъм* към Висшето училище за статистика и планиране във Варшава. През 1960-те години в Любляна и Сплит (СФРЮ) започва обучението на висши кадри по туризма. През 70-те години аналогични звена се създават в България, СССР, Унгария и Чехословакия.

---

[32] Вж. Spode, H. Geschichte der Tourismuswissenschaft. Tourismus Management. Berlin: Walter de Gruyter, 1998, S. 920.

[33] Вж. HRA. Degree Program Overview. Washington: Washington State University, 1991, p. 2.

[34] http://www.sciencedirect.com/science/journal/01607383/16&_cHubEid=1-s2.0-S0160738300X00333.

[35] Вж. Spode, H. Цит. съч., с. 921.

Утвърждаването на науката за туризма е резултат преди всичко от дейността и усилията на нейните **основоположници**. Особен принос в нейното развитие имат учените от: ***Германия*** (изброени по-горе); ***Швейцария*** – *Курт Крапф (K. Krapf)* и *Валтер Хунцикер (W. Hunzicker)*, които в началото на 40-те години на 20-ти век публикуват основополагащи трудове за науката за туризма[36] и техните сънародници проф. *Паул Риш (P. Risch)*, проф. *Йост Крипендорф (J. Krippendorf)* – известен с трудовете си по туристически маркетинг и опазване на околната среда в процеса на масовизация на туризма, и проф. *Клод Каспар* – с фундаменталните разработки за системната теория в туризма; **Австрия** (освен изброените до тук) – *Ерих Геберт (E. Gebert)* и проф. *Ернст Шпат;* ***Италия –*** *проф. Анджело Мариоти*; ***Южна Африка*** – *проф. Адолф Грюнтал* и др. Принос в науката за туризма имат и учени от по-нови поколения: *W. Ender, J. Mazanec* (Австрия); *A. Pцschl, H. Opaschowski, W. Freyer* (Германия); *F. Ogilvie, A. Norval, A. Burkart, S. Medlik, D. Foster, I. Lickorish, S. Wahab, D. Harrison, St. Smith, V. Middleton, C. Holoway* (Великобритания); *R. McIntosh, J. Jafary, P. Wilkinson, R. Mill, D. Lundberg* (САЩ); *A. Ewert, S. Smith, J. Ritchie* (Канада); *J. Elliot, A. Bull, Ph. Pearce*, (Австралия); *Cr. Ryan, S. Page, M. Hall, D. Pearce* (Нова Зеландия); *L. Auscher, Ch. Gide, E. Chaix, G. Barraud, R. Baretje, P. Defert, Fr. Vellas, G. Wackerman. R. Lanqar, G. Gazes* (Франция*); A. Sessa, R. Maggi* (Италия); *A. Alkjaer* (Дания); *B. Vukonic* (Хърватска) и мн. др.

Особено ускорено развитие на науката за туризма се наблюдава след **втората половина на 60-те и началото на 70-те години на 20-ти век**. През този период се утвърждават редица учени и водещи академични и изследователски звена в Англия, Италия, Франция, Швеция, Германия, Канада, САЩ, ГДР, Чехия, Словакия, СФРЮ, България, и др. През 1972 г. в Монреал на поредния Световен географски конгрес се създава работна група по туризъм[37]. През този период се утвърждава и ново направление в развитието на науката за туризма, което някои автори с основание определят като „критика на туризма”[38]. Негов безспорен основоположник е швейцарският проф. *Йост Крипендорф*, с множеството си трудове, с особено значение сред които е първият от тях – „Унищожителите на ландшафта”, публикуван през 1975 г.[39]

Най-новият период от развитието на науката за туризма (условно определен от 1975 до днес) се отличава с териториална експанзия и съществени количествени, структурни и качествени изменения в нея. ***Увеличава се броят на специализираните научни и учебни звена*** по туризъм. През втората половина на 20-ти

[36] Вж. Hunziker, W., K. Krapf. Beitrдge zur Fremdenverkehrslehre und Fremdenverkehrsgeschichte, Bern, 1941; Hunziker, W., K. Krapf. Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Zürich, 1942; Hunziker, W. System und Hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre. Fer'sche Buchhandlung, St. Gallen, 1943; Hunziker, W., K. Krapf. Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehere. Schriftenreihe des Seminars für den Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, Zürich: Poligraphischer Verlag AG, 1942.

[37] Вж. Нешков, М., Н. Апостолов. Цит. съч., с. 35.

[38] Вж. подр. Freyer, W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München/Wien, 1990, S. 385.

[39] Вж. Krippendorf, J. Die Landschaftsfresser – Tourismus – und Erhohlungslandschaft: Verderben oder Segen. Bern, 1975.

век се разкриват стотици такива. Сега те покриват нуждите от научно обслужване на туризма и подготвят кадри за тази индустрия както в Европа, така и в почти всички останали части на света[40]. Развиват се нови висши училища и научни звена по туризъм в страните от Източна Европа. Наблюдава се значителен ръст на профилираните учебноизследователски и консултантски центрове, институти, програмни работни групи и др.[41]

В изследвания период с високи темпове ***нараства броят на лицата с научни звания и степени*** в туризма. Върховите научни достижения през 90-те години свързваме с имената на учени като: *Валтер Фрайер*, с публикации в общата теория за туризма; *Дъглас Пиърс*, с трилогията си „Туризмът днес", „Туристическо развитие" и „Туристически организации" и с над 100 статии и участия в редколегии на водещи издания по туризъм; *С. Медлик, А. Буркарт, Р. Мил, М. Аластер* с фундаменталните си трудове по управление на туризма; *С. Уахаб, Ж. Риш, Г. Ашуорт, Р. Ланкуар, Ст. Пейдж, Г. Вакерман, К. Райън, М. Хол, Фр. Вела, Л. Бешарел, Д. Харисън, Д. Фостър* и мн. др.

Чувствително се увеличават носителите на научна информация *за туризма*. През изследвания период се издават десетки специализирани списания и хиляди томове учебно-научна литература[42]. Като най-престижни се утвърждават англоезичните международни издания от рода на: *Tourism Management, Annals of Tourism Research, International Journal of Tourism Research, Tourism Geographies, Travel and Tourism Analyst* и др.[43], като намалява популярността на традиционни немско- и френскоезични издания като *Revue de Tourisme, Fremdenverkehr* и др.

През 80-те и 90-те години се променя ***съдържателната структура*** на науката за туризма. Отначало туризмът се утвърждава като стимулатор на стопанското развитие, което определя профилирането на знанието предимно в *икономическите му аспекти*. Впоследствие в индустриално развитите страни все повече се утвърждават социалните, културните, психологическите и други съдържателни направления в научните изследвания по туризъм. Задълбочава се техният *интегрален характер*. Характерни са структурните изменения, свързани с навлизането на множество функционални, предметни и отраслово-научни направления в туристическата теория: маркетинг, финанси, управление на човешките ресурси, география, медицина, социология, психология, право, туристически транспорт, екология, история, културология, изкуствознание и др. Особено развитие бележи и критиката на туризма.

Разширява се и съдържателният обхват на науката за туризма с двете основни направления в нея: *първото* – характерно за „класическите" туристичес-

---

[40] Вж. подр. Нешков, М. и др. Цит. съч., с. 16-19.

[41] Пак там, с. 15.

[42] За динамичните изменения в свидетелства фактът, че общият брой на библиографираните през 1998 г. от издателство „Marylebone Books" значими заглавия по туризъм на английски език (332 бр.) се разпределя по периоди така: 1980 до 1989 г. (за 10 години) – 4% или 13 бр., 1990 до 1994 (за 5 години) – 26% или 97 бр. и 1995 до 1998 г. (за 3,5 години) – 67% или 232 бр.: вж. Buhalis, D. Tourism and Hospitaly Bibliography. Marylebone Books, 1998.

[43] Виж подробен списък на 49 най-известни периодични издания по туризъм в: Нешков, М. и др. Цит. съч., с. 22-23.

ки страни, което поставя акцент върху вътрешната структура на явлението и неговите дейности: туристически транспорт, хотелиерство (гостоприемство=Hospitality); ресторантьорство, туроператорска и агентска дейност и пр.; *второто* – отразяващо най-вече външните връзки на туризма с другите дейности в свободното време (Leisure&Recreation): двигателна активност, спорт и развлечения около дома, развлекателни паркове и др. То се развива предимно във Великобритания, САЩ, Канада и Австралия и съвместява две на пръв поглед еднакви, но по същество различни съставки и зависимости в съдържанието на туризма в качеството му на модерно социално-икономическо явление.

Към казаното до тук бихме могли да прибавим и някои ***качествени изменения*** в системата от научни знания за туризма в края на 20-ти век. В основната си част те се отнасят до: иновации в процеса на приложение на *научния инструментариум* в изследванията и обогатяването му със съвременни методи на математиката, статистиката, информатиката, евристиката и други науки; *използване постиженията на научно-техническия прогрес* в областта на туризма и др.

1.5. Науката за туризма в България

Началните стъпки в **развитието на науката за туризма в България** не са точно датирани. С известна степен на условност като такива могат да се приемат първите опити за осветляване на проблемите на морелечението и слънцегреенето. Още през 1894 г. д-р А. Пискюлиев в книгата си „Морските бани и град Варна – приморска станция" представя свойствата на морската вода, въздействията й върху човешкия организъм и дава напътствия за използването им. През 1908 г. д-р Ив. Теодоров издава книга с подобно съдържание „Варна като климатическо лечебно място – морелечение", а през 1926 г. и втора своя публикация – „Варна като климатична лечебна станция". През 1923 г. д-р Ал. Недялков в своя труд „Варна като морски курорт в климатическо, здравно и благоустройствено отношение" дава висока оценка на града като най-реномиран и благоустроен курорт в България. По-късно той публикува и: „Калолечението при Варненските морски бани", „Климатът на Варна и черноморското крайбрежие" и др. През 1925 г. община Варна издава книгата на д-р Ст. Попов „Курортна Варна", в която за пръв път се дават идеи за: създаване на квартирно бюро, строителство на почивни домове, реклама в чужбина за морския курортен град и възможностите за развитие на целогодишен туризъм в него[44].

Важна стъпка по пътя към формирането на сериозен български принос в развитието на науката за туризма е включването на дисциплината „Икономика и организация на туризма в НРБ" в учебния план на спец. „Икономика на вътрешната търговия" към Висшия институт за народно стопанство в гр. Варна през 1963 г. Инициатор за това е проф. д-р Димитър Георгиев, който през учебната 1965 г. създава и първата по рода си у нас специалност „Икономика и организация на туризма" и

[44] Вж. Гочев, Я. Варненските лекари – пионери на морелечението у нас. ФАР, Научно-популярен алманах, 1989, с. 20; Парушев, Т. Варна – морско летовище на България (1878 – 1945 г.). // Известия на народния музей Варна, № 2843, 1992, с. 292.

оглавява едноименната катедра към нея. Заедно със своя асистент Неделчо Енев (по-късно проф. д-р на ик. н.) той издава и първия учебник по туризъм „Икономика и организация на международния туризъм в НРБ”.

През 1967 г. проф. Димитър Ганев представя на международна конференция в Будапеща доклада: „Проблеми на географията на туризма и подготовката на туристически кадри”[45], а първият дисертационен труд по проблемите на туризма е защитен през 1966 г. от Асен Георгиев (сега доц. д-р)[46]. Така постепенно се поставя организираното начало на висшето образование по туризъм и развитието на науката за това явление в България. Особен принос в това начинание имат и проф. Стефан Цонев, автор на научни разработки за историческото развитие на туризма, доц. д-р Стамат Стаматов (създател на здравното направление в развитието на науката и практиката на туризма у нас и автор на множество научни трудове по проблемите на балнеологията, климатологията, морелечението, плажната биоетика и др.) и доц. д-р Елена Атанасова – един от първите автори на трудове по въпросите на хотелиерството и ресторантьорството и качеството на обслужване в туризма.

Други важни стъпки в развитието на науката за и научното обслужване на туризма у нас са направени през:

- 1959 г. – създава се филиал във Варна на Софийския научноизследователски институт по курортология и физиотерапия със задача да проучи курортните ресурси на българското черноморско крайбрежие и тяхното включване в курортното дело[47];
- 1963 г. – създава се система на гранична статистика за международния туризъм (за пръв път данни за туризма са дадени в статистическия годишник за 1965 г., а през 1967 г. е публикуван специален сборник за вътрешния и международния туризъм в НР България);
- 1966 г. – разкрива се Научноизследователски и внедрителски институт по туризъм към Комитета по туризъм с основна задача – научно обслужване на отрасъла;
- 1967 – създава се профил (по-късно и специалност) „География на туризма” към Геолого-географския факултет на СУ „Св. Климент Охридски”, принос за което имат проф. Любомир Динев и проф. Марин Бъчваров;
- 1979 и 1988 – последователно се разкриват Отраслови научно-изследователски лаборатории по туризъм към ВИНС - Варна (сега Икономически университет) и ТК “Балкантурист” Слънчев бряг.

Днес науката за туризма у нас се развива предимно като университетска – основно във Варна (Икономически университет), София (СУ, УНСС и НБУ), Пловдив, Бургас и др. За нейното съвременно състояние и развитие освен изброените учени определен принос имат и проф. Е. Лозанов, проф. Манол Рибов, проф. П. Пеев, доц. Е. Костов и др.

---

[45] Вж. подр. Цонев, Ст. и др. Професорите на Икономическия университет – Варна. ИУ Варна, 1995, с. 60.

[46] Вж. Алманах на ИУ – Варна. 1981–1994. ИУ – Варна, 1995, с.105.

[47] Вж. Стаматов, Ст. Морелечение. Варна: Бряг Принт, 1997, с. 9.

Глава втора

ПОЛИТИЧЕСКОТО НАПРАВЛЕНИЕ В НАУКАТА ЗА ТУРИЗМА

2.1. Съдържателни направления в науката за туризма

По проблемите на съдържателната (предметна, функционална и пр.) характеристика, респ. на основните съдържателни направления в развитието на науката за туризма, са работили редица автори. В повечето случаи те нямат единно становище за характера и броя на елементите в съдържанието на туризмологията. Това не се отнася само за два от тях – *икономическия* (в частност икономиката на туристическото предприятие) и *географския*. Те са общопризнати и развити в научните трудове на всички изследователи-туризмолози още в самото начало на развитие на учението за туризма. Във връзка с целите на настоящото изследване по-пряко отношение има първият от тях, поради което основно внимание по-нататък се отделя именно на него.

За **икономическото направление** в науката за туризма налице са многобройни примери, които доказват неговата важност и мястото му в нея[48]. Краткият анализ на неговото развитие показва, че първите публикации в тази област са посветени на хотелиерството[49]. Още през 1825 г. Ж. Абел (J. Abel) издава своята книгата „Хотелите и ресторантьорите, какви трябва да бъдат" *(Die Gasthцfe und Gastwirthe, wie sie sein sollen)*, в която описва правата на хотелиерите и техните гости. През 1902 г. Х. Гирке (H. Gierke) публикува книгата си „Хотелиерско счетоводство" *(Hotelbuchführung)*, а през 1906 А. Хайс (A. Heiß) представя публикацията „Счетоводство на хотелиерството" (*Die Buchhaltung des Gastgewerbes)*.

Опити за общо тълкуване на икономическите проблеми на хотелиерството са правени още в началото на 20-ти век. Такива откриваме в публикациите на П. Дам-Етиен (P. Damm-Etienne): „Хотелиерската индустрия и туризмът" *(Hotelindustrie und Fremdenverkehr)* и „Хотелиерството" *(Das Hotelwesen)*. Всъщност в тях няма обстойни и задълбочени икономически анализи и изследвания, но затова пък показват видимия напредък в литературата за хотелиерството в сравнение с тази, посветена на други туристически дейности. От 1910 до 1932 г. развитието на микроикономическата наука в тази дейност е съпроводено от публикациите на: *Е. Мюлер* (E. Müller) – „Международно счетоводство в хотелиерството" (Internationale Hotelbuchführung) от 1907; *Р. Глюксман* (R. Glücksmann) – „Учение за частното стопанство в хотелиерството" (Privatwirtschaftslehre des Hotelgewerbes) от 1917 г. и *Р. Шварц* (R. Schwarz) – „Научно управление на предприятията в хотелиерството" (Wissenschaftliche Betriebsführung im Hotelwesen) от 1926 г.[50]

На академично ниво икономическото направление на туристическата наука започва да се развива през 1929 г. в Изследователския институт по туризъм в Бер-

[48] Вж. подр. Нешков, М., В. Казанджиева. Икономика на туристическата фирма. София, 2007, с. 15-20.

[49] Вж. Sölter, M. Betriebswirtschaftslehre des Tourismus, S.3: http://dr-schnaggels2000.surfino.info/Betriebswirtschaftslehre_des_Tourismus.html;http://de.wikipedia.org/wiki/Betriebswirtschaftslehre_des_Tourismus.

[50] Пак там.

лин от проф. *Р. Глюксман*. За целта е използвано второто издание на неговия учебник „Учение за хотелиерското предприятие” (Betriebslehre der Gaststätte). Интересен опит за създаване на приложно-практическо учение представя книгата на д-р Трогот Мюнх (T. Münch) „Хотелиерските предприемачи в светлината на теорията и практиката на икономиката на предприятието” (Das Hotelunternehmen im Lichte betriebswirtschaftlicher Lehre und Praxis), публикувана през 1930 г.

Качествени промени в процеса на създаване на микроикономическата теория в туризма настъпват едва в края на 1969 г., когато *Георг Валтершпийл* (G. Walterspiel) прави обстойна систематизация на постиженията в областта на икономиката на хотелиерството в книгата си „Въведение в икономиката на хотелиерското предприятие” (Einführung in die Betriebswirtschaftslehre des Hotels). През 1973 г. *Франц Рухти* (Fr. Ruchti) публикува „Въведение в икономиката на предприятието в хотелиерството” („Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für das Gastgewerbe”).

Според *Валтер Фрайер* (W. Freyer)[51] особен принос за развитието на учението за микроикономиката на туризма имат В. Хунцикер и П. Бернекер. През 1959 г. излиза от печат книгата на Хунцикер „Икономическо учение за предприятието в туризма” (Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs). Приблизително по същото време Бернекер, в публикациите „Мястото на туризма в стопанската система (Die Stellung des Fremdenverkehrs im Leistungssystem der Wirtschaft) в 1956 г. и „Основи на учението за туризма” (Grundlagenlehre des Fremdenverkehrs) от 1962 г., дава своя значителен принос за развитието на икономическото направление в туристическата наука.

Приносът на ***В. Хунцикер*** за развитие на икономическото направление в туристическата наука се определя в неговия фундаментален труд от 1942 г. „Система и основни проблеми на учението за туризма”[52]. В него на първо място в постройката на знанието за туризма той поставя икономиката на туристическото предприятие. Според Хунцикер стопанският субект в туризма не може да се определя с използваните дотогава категории и чрез характеристики на предприятия от други стопански сектори. За пръв път той прави научно обоснован опит за обхватна и систематизирана характеристика и типологоия на туристическите предприятия. Основна задача на учението за последните Хунцикер вижда в: разкриване и обосновка на целите и намеренията им, на техните успехи и провали и изясняване на взаимовръзките им с туристическото стопанство като цяло. От друга страна, икономиката на туристическото предприятие следва да бъде посветена не само на научното осветляване на явленията, процесите и методите, но и на определянето на практическите насоки за тяхното развитие[53].

През 1952 г. В. Хунцикер публикува монографията си „Към проблематиката и систематизацията на икономиката на туристическото предприятие”[54], в която задъ-

---

[51] Вж. Freyer, W. Tourismus-Ökonomie oder Ökonomie des Tourismus – Der Beitrag der Wirtschafts wissenschaften zur Theorie des Tourismus. In: Fischer/Laesser: Theorie und Praxis der Tourismus – und Verkehrswirtschaft im Wertewandel, S. 59.

[52] Вж. Hunziker, W. Цит. съч., 1943.

[53] Пак там.

[54] Вж. Hunziker, W. Zur Problematik und Systematik der Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs. In: Jahrbuch für Fremdenverkehr 1. Jg., 1952-53.

лбочава изследванията си в разглежданото направление. В систематиката на туристическите предприятия той не включва предприятията от другите отрасли (транспортните, например), независимо че те участват в процеса на удовлетворяване на туристическите потребности. По-късно, през 1959 г., в продължение на изследванията си Хунцикер публикува и друг профилиран в тази насока труд „Икономика на туристическото предприятие”[55].

Приносът на ***П. Бернекер*** в развитието на изследваното направление е оценен недвусмислено на проведената по случай неговия 75-годишен юбилей международна конференция по отношение типологията на туристическите предприятия в доклада на проф. Георг Валтершпийл[56]. В статията си от 1959 г. „Мястото на туристическите предприятия в системата на учението за икономиката на предприятието”[57] проф. Бернекер поставя за разискване въпроси като: дали терминът „туристическо предприятие” е научно издържан; доколко в неговото съдържание могат да се открият сходства с подобни предприятия в индустрията; възможно ли е да съществува самостоятелно направление като „икономика на туристическото предприятие” и пр. Основният принос на Бернекер във връзка с типологията на туристическите предприятие е свързан с разграничаването им в т.н. „първична” и „вторична” област на производството и предлагането на услуги и стоки.

Приносът на ***Г. Валтершпийл*** се оценява главно в неговия труд „Основи на учението за икономиката на туристическото предприятие”[58]. В него той обвързва в организационен аспект съдържанието на понятието „туризъм” с туристическото предприятие. Той счита това като необходима предпоставка за развитие на учението за предприятието в туризма. Идеите му се основават на постижения на Хунцикер и по-конкретно на неговата дифиниция за туристическото предприятие. Валтершпийл прави разграничение в групата на стопанските субекти, които са създадени и функционират само заради туризма или предимно за местното население. Чужденецът се разглежда като своеобразен „краен потребител”, поради което от състава на туристическите предприятия се изключват онези, които нямат пряко отношение към задоволяване потребностите на последния. Тази постановка логично продължава теоретичните анализи на туристическото предприятие и резултатите от тях, направени преди това от В. Хунцикер и П. Бернекер.

Развитието на съвременната икономическа теория в туризма се свързва с името на ***Валтер Фрайер***. Според този немски учен днес става дума по-скоро за „икономика на предприятието в туризма”, отколкото за „икономика на туристическото предприятие”. Ако приемем второто, то трябва да се намерят и специфичните за туризма микроикономически методи и модели за анализ, различни от тези в общия случай на микроикономическата теория. Това засега според Фрайер не може

---

[55] Вж. Hunziker, W. Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs. B. 1 Fremdenverkehrsbetrieb und seine Organisation. Bern: Gurtenverlag, 1959.

[56] Walterspieil, G. Zu Berneckers Typologie der Tourismusbetriebe: im Festschrift zur Vollendung des 70. Lebensjahr von Prof. Dkf. Paul Bernecker, Wien, 1978, S. 29.

[57] Вж. Bernecker, P. Einordnung der Fremdenverkehrsbetriebe in das System der Betriebswirtschaftslehre. / / Der Österreichische Betriebswirt Vol. 9 (1959), No. 2, pp. 93–100; по Sцlter, M. Цит. съч., с. 11.

[58] Вж. Walterspiel. G. Grundlagen der Betreibswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs. In: J. f. Fremdenverkehr 1956 Teil 1–3), по Sцlter, M., Цит. съч., с. 8.

да стане, което се потвърждава от използването на традиционните методи и модели в това направление.

С изключение на споменатите учени и техните научни тези в областта на ***микроикономическата проблематика*** в туризма сериозни изследвания в след 50-те години на миналия век липсват. ***Макроикономическото направление*** в науката за туризма се развива най-вече като следствие от повишаване степента на масовизиране на явлението и е в пряка връзка с изследване на икономическите ползи и ефекти за националното и световното стопанство. Както вече отбелязахме негов основоположник е Й. Щраднер[59].

Основен акцент в туристическата наука винаги е била *икономиката на туризма*. По-частни нейни направления са „*мениджмънтът (управлението) на туризма*" и „*маркетингът в туризма*". По традиция изследователската дейност е приоритет на университетите и разглежданото направление е присъщо именно на тях. Предимството е на онези, които функционират в немско-езичния регион и в по-слабо изразена степен в англоезичните територии и страни. Това се обяснява както с традициите (появата и развитието на науката за туризма, което се насочва първоначално към икономиката, е свързано именно с тези страни), така и с потребностите от икономически знания за управление на многобройните туристически предприятия. В немскоезичните страни висшето образование по икономика традиционно е разпределена в две главни дисциплинарни области*: учение за народното стопанство* (Folkswirtschaftslehre) или *макроикономика* и *учение за икономиката на предприятието* (Betriebswirtschaftslehere) или *микроикономика*.

Освен представените дисциплинарни направления в специализираните изследвания по този въпрос се очертават различни мнения относно **останалите основни научни направления в туризма**. Разглеждайки учението за туризма като интегративна наука, немският учен-психолог Хайнц Хаан (H. Hahn) включва в нейната структура, освен икономическия и географския компонент, и други основни съдържателни научни области като *социология* и *психология*. В съвместната си публикация с Юрген Кагелман (J. Kagelmann) „Туристическа психология и социология" („Tourismuspsychologie und Soziologie") от 1993 г. той определя *8 дисциплинарни области в науката за туризма*: история на туризма, туристическа антропология, икономика на туризма, география на свободното време и туризма, социология на туризма, културна антропология на туризма, туристическа педагогика и педагогика на свободното време[60]. Х. Опашовски (H. Opaschowski) разграничава предметните области на науката за туризма по отношение на: икономика на туризма, теория/критика на туризма, история на туризма, психология на туризма, анализ на туризма, прогнозиране на туризма, туристическа политика и туристическа етика (срав. Opaschowski, H. Tourismusforschung, 1989)[61].

В своите „модели на туристическата наука" В. Фрайер определя *шест конструктивни групи научни дисциплини*: икономически науки, политически науки,

---

[59] Вж. Й. Щраднер. Цит. съч.

[60] Вж. Hahn, H. u. a. (Hrsg.). Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München: Verlag Quintessenz, 1993.

[61] Пак там, с. 5.

психология, социология, екология и география. В последните години все повече се налага ролята на културологията в науката за туризма.

Легитимирането на туристическата наука и основните ѝ направления изисква ясно определен и разграничим ***собствен предмет и познавателен интерес***. В специализираните изследвания се утвърждават две противоположни тези – че тя отговаря и съответно – не отговаря категорично на тези изисквания. Първата се защитава от повечето автори, занимаващи се с туризмологията. Основните задачи на последната те определят по отношение на: изследване на структурни, функционални и типологични свойства на туризма като явление; дефиниране и проучване на негови пространствени, социологични, икономически и политически измерения; изследване на взаимовръзките му като система и неговите конкретни елементи и проявления[62].

Втората теза е контрапункт на първата[63]. При нейното аргументиране се признава, че в туристическата наука има общ обект на изследване, но не се различават специфични изследователски методи. *Липсва обща научна парадигма* на туристическата наука, с която да се идентифицират всички нейни направления. Някои автори (Pompl, Kulinat, Vester)[64] виждат изход от тази ситуация в ***системната теория*** като възможна такава парадигма. В тази идея намираме особен рационализъм, тъй като тя се основава на една ясна изследователска цел по отношение на туризма: *разкриване на неговите системни характеристики и взаимовръзки с външни системи и спецификата на неговите структурни елементи и отношенията между тях*.

От позициите на системната теория явлението се изучава в качеството си на сложна и динамична съвкупност от елементи. Декомпозирането на системата „туризъм” се извършва по различни признаци и се характеризират нейните *връзки с другите системи*.[65] Основен принос за последователно приложение на разглежданата теория имат швейцарската и австрийската научна школа[66]. Тя се използва и от редица съвременни автори в много направления на научната и практическата дейност[67]. „Швейцарската концепция” за туризма се гради изцяло на приложението на системната теория. В нея явлението се разглежда в контекста на четири големи системи:

- *обществената система* със своите подсистеми;
- системата *„околна среда”* с наличните в нея ресурси;

---

[62] Вж. Јовичиќ, Ж. Основи туризмология. Београд, 1980, с. 34.

[63] Вж. Spode, H. Wie vor 50 Jahren keine theoriegeleitete Tourismuswissenschaft entstand: im „Der durschaute Tourist”. Arbeiten zur Tourismusforschung. Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, B.3, Műnchen/ Wien: Profil, 1998, S.11.

[64] Пак там, с. 6.

[65] Вж. Hümbert, E. Tourismus – Funktionen, Strukturen, Komunikationskanäle. München, 1977, S. 65–120.

[66] Вж. подр. Bernecker, P. Die Stellung des Fremdenverkehrs im Leistungssystem der Wirtschaft. Wien, 1956; Kaspar, C. Fremdenverkehrslehre im Grundriss. Bern, 1975, S. 9; Spatt, E. Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Innsbruck, 1975, S. 9–11.; Kaspar, C. Die Anwendung der Systemtheorie zur Lösung methodischer Probleme der Fremdenverkehrswissenschaft- und Wirtschaft: in Festschrift zur Vollendung des 70. Lebensjahr von Prof.Dkfm. Dr. Paul Bernecker. Wien, 1978, S. 19-25.

[67] Вж. подр. Mill, R. Ch., M. Alastair. The Tourism System. London/ Sidney/Toronto/New Jersey: Prentice Hall International, 1992.

- *стопанската система* (макро- и микромащаб);
- системата на *държавното устройство и политика* (висше стояща и регулираща по отношение на останалите системи)[68].

Системната теория за изследване на туризма като сложно и съставно явление се прилага и от съвременни автори. Така например в книгата „Туризъм – принципи и практика"[69] „туристическата система" се декомпозира в три основни компонента: *турист*, който е действащото лице в нея; *географски компонент* (съставен от генериращи туристи райони, туристически дестинации и транзитните райони и места); *туристическа индустрия*.

В цитирания източник системната теория се използва и за изясняване на връзките и зависимостите на туризма с другите елементи на свободното време, използвано за рекреация: тази, осъществявана в дома (четене, гледане на телевизия), извън него в рамките на местоживеенето (кино, театър, спорт), в близост до местоживеенето (еднодневен излет, пикник) и чрез туризъм (временно отдалечаване от постоянното местоживеене с различна цел).[70]

За туристическата наука като цяло ясно и безспорно според нас се налага заключението, че тя:

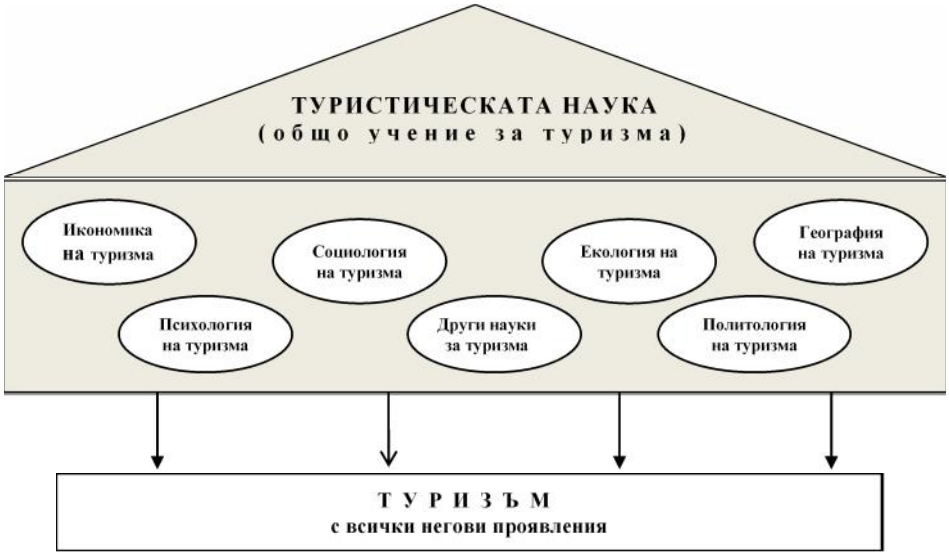
- е сравнително *нова, отворена, развиваща се и перспективна* съставка в съвременната система от научни знания;
- е ***адидативна*** (добавена), ***мулти/интердисциплинарна*** (интегрална, комплексна) и ***универсална наука***;
- се „обслужва" от много *спомагателни (гранични) науки* и самата тя се превръща в *част от тези науки* (вж. фиг. 1 и 2)[71];
- може да се развива като самостоятелна на основата на една ***надстроена (мета)теория*** за туризма, със свой собствен интегриран на основата на съставните дисциплини метод[72].

Приложението на **интердисциплинарния подход** в съвременните научни изследвания на туризма се налага като обективна потребност поради факта, че явлението може да се оцени само в качеството си на комплексен и интегрален феномен, а именно като: *икономика, политика, човешки опит, социално поведение, култура, образование, здравеопазване, активности в рамките на свободното време, трудова дейност* и др. Така постепенно то се интегрира в предмета на много други науки, което разширява и усложнява собствения му предмет, както и методологията за изучаването му. Днес туризмът може да бъде обхванат и управляван реално само с общи усилия на специалисти от различни научни области.

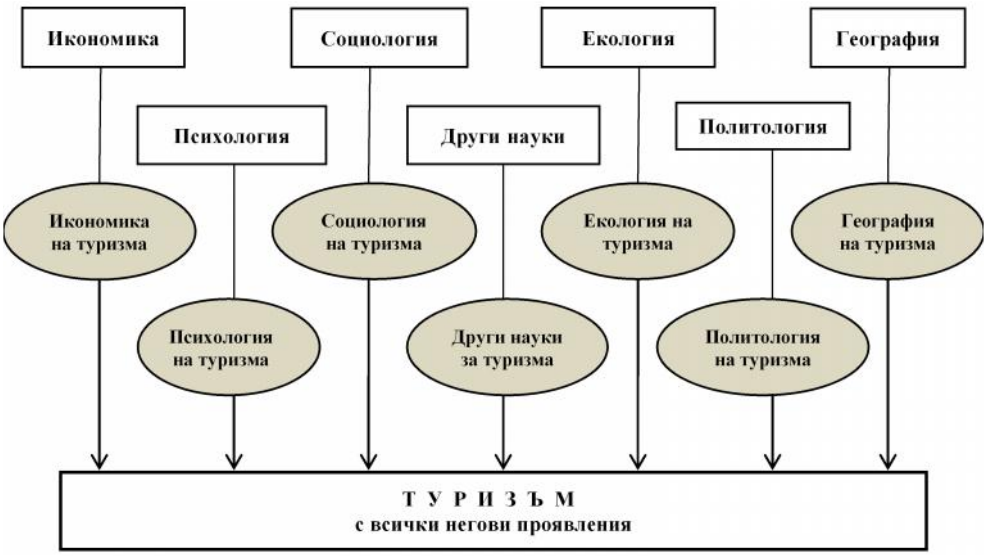
В публикациите на учени от областта на туризма през последните десетилетия интердисциплинарният подход се конкретизира в използването и заимстването на множество методи и елементи от *инструментариума на развити вече науч-*

---

[68] Вж. Freyer, W. Цит. съч., с. 43-44.
[69] Вж. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, St. Tourism: Principles and Practice. London: Pitman Publishing, 1993.
[70] Пак там.
[71] Вж. подр. Freyer. W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenbourg, 2009, S.38.
[72] Вж. подр. Geschichte der Tourismusforschung, цит. уебсайт, с. 3.



Фиг. 1. Самостоятелната туристическа наука с „помощните” науки



Фиг. 2. Туристическите науки като части на различни „науки-майки”

ни направления. Така например в изследването на ***Щефан Шулмайстер*** (St. Schulmeister)[73] туризмът се анализира като социален феномен от позициите на: потребителската теория; теорията за международните икономически отношения; теорията за трудовия цикъл; теорията за домашното стопанство и др.

Връзката на туризма с много от секторите на стопанската и социалната сфера утвърждават все по-широкото приложение на постиженията на различни *отраслови науки*. В този процес постепенно се оформят и *междинни научни области*. Характерен е примерът с ***медицината (респ. здравеопазването)*** и свързаните с нея *климатология*, *балнеология*, *таласотерапия* и различните *лечебни, профилактични и възстановителни методи* като основа за развитие на ***медицинския туризъм***.

Теорията за ***туристическия транспорт*** е аналогичен пример в тази насока. Тя се обособява и специализира върху основата на ***науката за транспорта.*** Същото може да се каже и за взаимовръзките с ***политологията, социологията, психологията, културологията***, ***кулинарната теория, науката за физическата активност и спорта***, и др. Поради обстоятелството, че знанията в разглежданата област се развиват сравнително отскоро, те неминуемо се надграждат върху основите на утвърдени научни области. Като икономическа дейност туризмът не може да се развива без ***финансовата и счетоводната наука***, ***правото*** и др. под.

Периодът на 80-те години на 20-ти век бележи края на ерата на триумвирата Виена-С. Гален-Берн. Разгръщат се в света широкомащабна изследователска и академична дейност в областта на туризма, в процеса на която новосъздадените институции (като например „Centre des Hautes Etudes Touristique" в Екс-ан-Прованс), дават шанс и възможност за приложение на интердисциплинарен подход в изграждането на научното знание за туризма. Практически действия за утвърждаване на науката за туризма като интегративна и самостоятелна в по-ново време е създаването на Немското сдружение за туристическа наука (Die Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft[74]) в Айхщед (Германия), както и Изследователския институт за интердисциплинарни туристически науки (Forschungsinstitut für interdisziplinäre Tourismuswissenschaften – INIT) към Университета в Залцбург (Австрия). Първото обединява усилията на немски университети, професионални висши училища и научни сдружения за изследване на туризма чрез развитие на интердисциплинарна наука. Вторият обединява учени в областта на комуникациите, психологията, историята и култур-социологията, поставили си за цел чрез комплексни проучвания на туризма да съдействат за неговото устойчиво развитие[75]. Подобна практика откриваме и в Leuphana Universität Lüneburg в Люнебург (Германия)[76].

От представеното до тук става ясно, че интердисциплинарните научни изследвания и кооперирането на тази принципна основа в областта на туризма могат

---

[73] Вж. подр. Schulmeister, St. Tourism and the Business Cycle. Vienna, 1979, p. 92-97.

[74] Учредено през 1996 г. по време на Международната туристическа борса в Берлин (ITB '96) след решение, взето на Втория туристически симпозиум в Дрезден „Бъдещето на туризма" (http://www.dgt.de/).

[75] Пак там, с. 3.

[76] http://www.uni-lueneburg.de/fb3/ifsb/freizeit/ifsb_fz/sprache.html.

да помогнат в значителна степен постигането на значими ефекти и за обекти на познанието в областта на взаимоотношенията на ***политиката*** *и туризма* или ***туристическата политика*** в частност. Това може да се окаже и своеобразен тест в процеса на търсене на желаната парадигма на една истински самостоятелна туристическа наука.

2.2. Поява и развитие на политическото направление в науката за туризма

Развитието на научното познание е резултат от естествения стремеж на човека да се интегрира по най-добрия начин със заобикалящия го свят, а негова основна цел е търсене и откриване на ефикасни начини за оцеляване и просперитет. В предходните параграфи установихме, че науката за туризма започва развитието си там, където явлението утвърждава обществената си значимост. Нейна първоначална мисия е да търси доказателства за тази значимост, *отчитайки комплексното влияние на различни икономически и социо-културни фактори*. Научната информация за това ново явление се превръща в **основен инструмент за политическо въздействие** върху неговото развитие за *извличане на* ***всестранни обществени ползи*** *или ограничаване на евентуални* ***отрицателни последици*** *от него*.

Можем да обобщим, че с нарастването на обществената значимост на туризма[77] се увеличава и обективната потребност от неговото регулиране и ефективно използване, което като цяло се изразява в *планиране и реализиране на комплекс от политически мерки и въздействия,* ***стимулиращи*** *или* ***ограничаващи*** *неговото развитие*. Това задължително изисква и развитие на научното познание за туристическата политика. Този извод се потвърждава от исторически и съвременни факти, свидетелстващи за специалното внимание и отношение на политици, учени и изследователи в това направление.

Още ***в началото на 19-ти в***. изграждането на първите балнеолечебни курорти в страните от Алпийския регион налага научната *оценка за ролята и значението на новото явление* (обозначено за пръв път с термина „туризъм” в Englands Sporting Magazine през 1811 г.[78]) във връзка с необходимостта от политическа намеса на централни и местни власти в този процес. Достатъчно е да споменем Декрета на дворцовата канцелария на Австрия за устройството и развитието на балнеолечебния курорт Теплиц-Шьонау[79].

Предисторията на туристическата наука[80] се характеризира със засилване на вниманието на политическите и стопанските субекти към икономическите, социалните и културните въздействия, роля и значение на туризма. В резултат на това

---

[77] В началния етап от развитието на туризма неговата обществена значимост се свързва предимно с ролята му на фактор и стимулатор на икономическия растеж, който е приоритет на всяка национална и регионална политика.

[78] Вж. подр. Smith, St. Tourism Analysis: A Handbook. Essex: Longman, p. 18.

[79] Вж. параграф 1.2.

[80] Този период може да се ограничи от началото на развитие на науката за туризма до края на Първата световна война. Основание за подобно времево ограничаване дава обстоятелството, че до 1920 г. все още липсват специализирани академични и изследователски институции по туризъм. Това определя и липсата на формирана система на науката за туризма.

започва изграждане на публични и частни *структури и организации* (туристически служби, съюзи и обединения) и се полагат основите на системата на туристическата статистика с цел *насърчаване развитието на туризма*. Успоредно с това се предприемат и политически мерки и въздействия в тази насока. От „Световен летопис на туризма" научаваме, че първата в света туристическа организация (Alpine club) е основана през 1857 г. в Лондон от Вилхелм Матеус, а първият нормативен акт (официален правилник) за планински водачи е приет през 1856 г. в кантона Берн – Швейцария[81].

В цитирания доклад на Й. Щраднер от сборника „Културни картини от Щирия" от 1890 г. намираме богата информация за процеса на ***интегриране на научните знания за туризма с различни по характер политически мерки*** и въздействия за подпомагане развитието на туризма в алпийските провинции на Австрия[82]. През м. септември1869 г. Южноавстрийското железопътно дружество (член на Южногерманския железопътен съюз) издава първите обиколни билети с промоционални цени за туристи. От 1880 г. Съюзът за насърчаване на развитието на туризма в Грац, с помощта на полицейската служба, въвежда пълна статистическа отчетност за туризма в специално създадената за целта рубрика в месечния статистически бюлетин на градския съвет в Грац. В доклада си Щраднер пише още, че *„туризмът трябва да се развива под грижата и с подкрепата на обществото и тогава общата воля ще се противопостави на всеки, който руши реномето на посещаваното място или местност"*[83]. Този цитат дава доказателства за поява на наченки на политическо мислене и отношение към проблемите на опазване на околната среда чрез контрола върху поведението на посетителите.

Йохан Ангерер, адвокат и защитник на обществените интереси по това време в областта на на туризма към имперския провинциален съвет, все по този повод пише: *„Голямото стопанско значение на туризма обуславя не само задълженията на участниците в него, но и на цялото общество да подпомагат неговото развитие... Всяка община трябва да подобрява условията за престой на чужденците..."*[84]. Подобни мисли във връзка с необходимостта от подпомагане на туристите от страна на местното население, от обучението му в дух на туристическа култура и формиране на убеждение в него чрез аргументи за значимостта на туризма, споделя и президентът на провинция Щирия през 1876 г.[85]

В началото на 80-те години на 19 в. в започва ускорено създаване на *съюзи и обединения* за подпомагане на туризма в страните от Алпийския регион. Важна роля за формиране на туристическата политика и превръщането й в обект на траен интерес от страна на науката изиграва в този период *консолидацията на тези обществено-политически формирования*. Проведеният на 13 и 14 април 1884 г. ***Конгрес на делегатите за поощряване развитието на туризма в австрийските алпийски провинции***, инициран от туристическия съюз на Щирия, събира

[81] Вж. Брънеков, Т. Световен летопис на туризма. София, 1943, с. 2, 7.
[82] Вж. Stradner, J. Цит. съч., S. 260-276.
[83] Пак там, с. 266.
[84] Пак там.
[85] Myrbach, Fr. Der Fremdenverkehr in Österreichs Alpenländern: по Stradner, J. Цит. съч., с. 266.

общо 107 общини, туристически сдружения и представители на Министерството на търговията на Австрия, австрийските търговски камари, общински съвети и мн. др.[86] На него се постига политически консенсус за създаване на *Сдружение за поощряване развитието на туризма в австрийските алпийски провинции*, в което по-късно се включват много заинтересовани политически субекти. По подобие на него до края на 80-те години на 19 в. подобни сдружения са учредени в Германия и Швейцария. Последната внася своя значим принос в разглежданото направление като пионер на националната туристическа реклама, стартът на която дава с мащабна рекламна кампания още през далечната 1887 г.[87]

В цитирания труд на Й. Щраднер от 1905 г. и неговото второ преработено и допълнено издание от 1917 г.[88] за пръв път в историята на туристическата наука се установява, аргументира и доказва пряката *връзка и взаимозависимост на политическите въздействия и ефектите от международния туризъм върху националното стопанство*. Това по наше мнение може да се оцени и като своеобразно **начало в развитието на учението за туристическата политика**.

В своето „народостопанско изследване" (Volskwirtschaftliche Studie) Й. Щраднер отделя специално място на една изключително богата палитра от *обекти на политиката*, свързани с подпомагането на туристическото развитие. В специална част на своята публикация, озаглавена „Икономика и политика на туризма"[89], той прави задълбочен за времето си анализ на структурата на туристическата индустрия (железопътен и вертикален транспорт, хотелиерство, ресторантьорство, екскурзоводски и водачески дейности и др.), на основата на който предлага *предприемане на политически мерки* за усъвършенстване на разписания за движение, тарифи, обозначения на пътища, подготовка на планински водачи и екскурзоводи, регламентиране на условия за настаняване и хранене (напр. шума в хотелите и курортите, бакшиша, досаждането на клиента) и др. Специално внимание Щраднер отделя и на *опазването на околната среда* – защита на природата (Алпийските градини, алпийската флора, гората и горското стопанство) с подробен коментар, критични оценки и препоръки към Закона за горите в Австрия от 1853. Други основни направления за политическо въздействие, регулиране и стимулиране на туризма в цитираното изследване са: *музейното дело, архитектурата, строителството, жилищната посредническа дейност, санитарните изисквания и рекламата*. Останалите части на своето изследване Щраднер посвещава на туристическата статистика, сдруженията и съюзите, на които беше отделено място и в разгледаната по-горе друга негова публикация.

В **периода между двете световни войни** учението за туристическата политика се развива предимно на основата на изследвания, свързани с нарастващата

[86] Пак там, с. 274.
[87] Пак там, с. 276.
[88] Вж. Stradner, J. Der Fremdenverkehr. Graz: Leykam Verlag, 1917: im Geographie des Freizeit- und Fremdenverkehrs. Hrsg. Hofmeister, B. u. A. Sreinecke, B. 592, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1984, S. 97-106.
[89] Вж. Щраднер, Й. Цит. съч., с. 34-83.

икономическа роля и значение на туризма[90]. Постепенно, във връзка с дейността на създадения от Р. Глюксман изследователски институт по туризъм в Берлин, те придобиват все по-целенасочен и систематичен характер[91]. Във връзка с организирането и на тригодишно (6-семестриално) специализирано обучение по туризъм в него за пръв път се въвежда и академична дисциплина в пети семестър „Туристическа политика"[92].

През 1930 г. Кс. Хойслер във втората глава на студията си „Туризмът – едно изследване на народостопанското му значение и неговото подпомагане" отделя внимание на *заинтересованите субекти* (държава, организации и институции) като носители на туристическата политика и по-специално на тяхната *роля и функции* за стимулиране и улесняване развитието на туризма[93].

През 1931 г. М. Клафковски публикува два научни труда по въпросите на организационните основи на туризма в Европа и методиката на анализа и изследването на туризма. В две от основните части на първия от тях той се спира обстойно на по-значимите национални и международни организации с пряко и косвено отношение към туризма, както и на характерните им задачи и дейности във връзка с неговото подпомагане, планиране и развитие[94]. В другата си публикация авторът отделя специално внимание на възможностите за усъвършенстване на туристическата статистика с помощта на централните и местните полицейските служби и транспортните компании и организации и рекламата като ефективни средства за подпомагане на туризма[95].

Един от първите опити за специализирано изследване на туристическата политика прави *А. Борман*. В публикацията си „Учението за туризма"[96] той посвещава самостоятелен раздел на *общата туристическа политика* (Allgemeine Fremdenverkehrspolitik), като я определя преди всичко в качеството ѝ на външна (външнотърговска). Разглеждат се и нейните субекти (вкл. международни организации), правят се международни сравнения по отношение на развитието на националната реклама в различни страни, а в приложение се дава вариант за реформа на туристическата статистика.

---

[90] Вж. Simkowski, H. Der Fremdenverkehr in seinen wirtschaftlichen Beziehungen; Sputz, K. Wirkungen des Fremdenverkehrs: im Geographie des Freizeit- und Fremdenverkehrs. Цит. изт., с. 120–124 и 291-300; Häußler, X. Der Fremdenverkehr: eine Studieűber seine Volkswirtschaftliche Bedeutung und seine Förderung. Leipzig: Universitütsverlag von R. Noschke, 1930; Morgenroth, W. Der Fremdenverkehr. Handwörterbuch der Staatswissenschaften, B.5, 1927, S. 394-402.

[91] Вж. Hersg. R. Glücksmann. Arhiv für den Fremdenverkehr, Vierteljahrschrift des Forschungsinstitutes für den Fremdenverkehr, Jahrgänge 1. bis 5., Berlin, 1930-1934.

[92] Вж. Grünthal, A. Robert Glüchsmann – Begründer des Wissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr. // Hotel und Restaurant, Sonderausgabe No. 8, Heidelberg/Köln: Dr. Alfred Hüthig Verl.,1962, S.4.

[93] Вж. Häußler, X. Цит. съч., S. 59-89.

[94] Вж. Klafkowski, M. Organizationgrundsätze der Fremdenverkehrspflege in Europa. // Schriftenreihe des Forschungsinstitutes für den Fremdenverkehr, Hrsg. R. Glüchsmann, H. 4, Berlin: Selbstverlag, 1931.

[95] Вж. Klafkowski, M. Methode einer Fremdenverkehrsanalyse. //Schriftenreihe des Forschungsinstitutes für den Fremdenverkehr, Hrsg. R. Glüchsmann, H. 4, Berlin: Selbstverlag,1931.

[96] Вж. Bormann, A. Die Lehre von Fremdenverkehr. Berlin: Verl. der Verkehrswissenschaftlichen Lehrmittelgesellschaft mit b.H. bei der Deutschen Reichsbahn, 1931, S. 132-164.

През 1933 г. К. Шмидт (C. Schmidt) продължава опитите за разграничаване изследванията на туристическата политика в своята публикация „За същността на туризма”. Още в първата й част, озаглавена „Разсъждения върху туристическата политика”, той поставя на дискусия редица въпроси, свързани с нейната същност като цялостно поведение на държавата и отношението й към чужденците, ролята на регулираното стопанство в развитието на туризма и неговата законодателна уредба[97]. Относно последната авторът прави цялостна критична оценка на Закона за създаване на имперска комисия по туризма от 1933 г., приет от правителството на райхсканцлера А. Хитлер.

През 1935 г. излиза от печат монографията на Р. Глюксман „Общо учение за туризма” (Allgemeine Fremdenverkehrskunde)[98]. На основата на натрупаните научни знания в това направление авторът прави първата нейна системна характеристика. В три от частите на цитирания труд се третират въпроси относно: икономическата роля и значение на туризма; средствата за подпомагане развитието на туризма и туристическата политика. Последната се определя като *комплекс от общата, културната, социалната, промишлената, търговската и транспортната политика*. Конкретизират се и типични нейни обекти като: паспортен и граничен режим, култура и културно наследство, образование, социални и младежки отдих, данъчно облагане, курортна такса, кредитиране в туризма и др.

По време на Втората световна война туристическата наука продължава развитието си единствено в Швейцария. В Берн и Сент Гален *В. Хунцикер и К. Крапф* в своя съвместен труд „Обща наука за туризма” отделят самостоятелен раздел „Политика на туризма”. В него същата се разглежда в контекста на новата й роля като *инструмент на мира и формиране на политическата воля*. Специално внимание се отделя и на влиянието на политическото напрежение върху туристическото развитие и взаимовръзките между туризма и войната[99]. В друг свой основополагащ за развитието на науката за туризма труд *В. Хунцикер* определя функциите на политиката не само като част от общото понятие за туризма[100], но и като част от „функционалната наука” за туризма[101].

В периода след Втората световна война, определян като „ера на модерния туризъм”, учението за туристическата политика бележи нов подем първоначално в страните от Западна Европа, а впоследствие в САЩ, Канада, Австралия, Русия и други страни. Ускореното развитие на масовия туризъм, особено в периода на 60-те, 70-те и 80-те години на 20-ти век, налага техните правителства да предприемат комплексни политически мерки за използване на неговите възможности като мощен стимулатор на икономическия растеж. В реализацията на тази цел активно се включва арсенала от средства на туристическата наука.

През отбелязания период туристическата политика се установява като приоритетен обект на изследване в много авторитетни международни издания и моно-

---

[97] Вж. Schmidt, C. Fremdenverkehrswesen. Berlin: Selbstverlag, 1933, S. 5-11.
[98] Вж. Glcksmann, R. Allgemeine Fremdenverkehrskunde. Verlag von Stämpeli&cie, 1935, S. 36–51.
[99] Вж. Hunzicker, W., K. Krapf. Цит. съч., 1942, с. 229-243.
[100] Вж. Hunzicker, W. . Цит. съч., 1943, с. 11.
[101] Пак там, с. 43-45.

графични трудове на различни автори. С особен принос сред тях могат да се определят тези от немската и швейцарската научна школа по туризъм[102], от англоезичните[103] и посветили изследванията си на развиващите се страни[104].

Същевременно няколко водещи международни, периодични научни списания в продължение на няколко десетилетия отделят подобаващо място на проблемите, свързани с туристическата политика. С по-тясна специализация в това направление и сравнително най-ново (от март 2009 и с общо 9 броя към края на 2011 г. е четиримесечното „Списание за изследване на политиката в туризма, свободното време и събитията" („*Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*"[105]) *на издателството* Routledge. *През т*ози период то предлага критично фокусирани дебати по различни политически аспекти на туристическото развитие в няколко основни тематични области: туристическа и събитийна политика; политика на свободното време и социалните промени; стратегии за устойчиво туристическо развитие; социални, икономически и екологични въздействия на туризма, фестивалите и събитията; културна и спортна политика в туризма и др.

В научното списание „Летописи на туристическите проучвания" („Annals of tourism research"), за 38 г. от първото му издание през 1973 г. до днес (общо 156 броя) са публикувани 90 научни статии, посветени пряко на тези проблеми. Основните тематични акценти в тях са: общите въпроси на туристическата политика (същност, видове политики, връзка с други научни области и др.); ролята на международните и националните туристически организации; националната и регионалната туристическа политика; противодействието на кризите в туризма, тероризма и антихуманните явления; ролята и намесата на държавата в туризма; политиката и проблемите на икономическия растеж в развиващите се страни; особеностите на туристическата политика в отделни страни (вкл. България); взаимодействието и кооперирането между отделните субекти на туристическата политика и др.

В друго международно списание за туризъм на същия издател – „Управление на туризма" („Tourism Management")[106], през над 30-годишния период на своето

---

[102] Вж. Zedek, G. Aktive Fremdenverkehrspolitik. Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft, Wien, 1968; Kaspar, C. Fremdenverkehr im Grundriss. Bern, 1975; Oppitz, W.. Tourismuspolitik international. Wien, Manz-Verl. Schulbuch, 2000; Greuter, F. Bausteine der schweizerischen Tourismuspolitik: Grundlagen, Beschreibung und Empfehlungen fьr die Praxis. Bern, 2000; Pechlaner, H. u. a. Tourismuspolitik und Destinationsmanagement: neue Herausforderungen und Konzepte. Bern, 2002; Mundt, J. Tourismuspolitik. München, Oldenbourg, 2004; Bochert, R. Tourismuspolitik: Ordnungspolitik der Tourismusmдrkte, 2, verдnd. Aufl., Berlin: Uni-Edition, 2007 и др.

[103] Вж. Wahab, S. Tourism Management. London: Tourism International Press, 1975, pp. 122–151 – State action in tourism, NTO); Mill, R. Ch., Morrison, Al. M. Цит. изт.; Foster, D. Travel and Tourism Management. Hong Kong: Macmillan, 1985; Hall, C. M. Tourism & Politics: Policy, Power and Place. London: John Wiely & sons, 1994; Elliott, J. u.a. Tourism: politics and public sector management. London: Routledge, 1997 и др.

[104] Вж. Reuter, J. Tourismuspolitik und Wirtschftliche Entwicklung in Tunesien, Freiburg, 1983; Harrison, D. Tourism and the less developed countries. London: Belhaven Press, 1994; Dieke, P. The political economy of tourism development in Africa. New York: Cognizant Communication Corporation, 2000; Hall, C. M., H. Tucker. Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations. London: Routledge, 2004; Hall, C. Pro-Poor Tourism: Who Benefits? Perspectives on Tourism and Poverty Reduction. Channel View Publications, 2007 и др.

[105] http://www.tandf.co.uk/journals/RPRT.

[106] http://www.sciencedirect.com/science/journal/02615177/3/1.

съществуване, в повече от 170 негови броя са публикувани 95 статии, посветени на тематика, пряко свързана с туристическата политика.

Политическите изследвания на туризма, в една част от публикациите на тази тема, се подлагат на критика и се определят като недостатъчни[107]. Тази теза се аргументира предимно с:

- нежелание на много от политическите субекти (от правителството до частния бизнес) да признаят политическата природа на туризма;
- отсъствие на интерес от страна на управляващите да насочат и насърчат изследванията в областта на политиката в туризма;
- непризнаване на туризма като сериозен научен обект;
- методологически проблеми, отнасящи се до осъществяването на научните изследвания в разглежданото направление[108].

Липсата на интерес към изследване на туристическата политика се дължи и на това, че тя рядко е обект на сериозна полемика за важността й като проблем с утвърдено място в дневен ред на политическите дебати. Това е причина, поради която тя все още не привлича вниманието на политици, изследователи и медии. Проблемите в тази област се усложняват поради разнообразието от възможни рамки за анализ и безусловните политически характеристики на резултатите от изследователския процес.

Стремежът на много от изследователите да фокусират изследванията си в практико-приложни направления (икономически измерения на туризма, туристически маркетинг, потребителско поведение, посетителски потоци и др.) води до отслабване на вниманието към по-широките философски, политически и социални аспекти на науката за туризма.

Мястото и ролята на туристическата политика *в обекта и предмета на научните изследвания в България* могат да получат незадоволителна обща оценка. През всички етапи от развитието на науката за туризма у нас проблемите в тази насока не са били в обекта на внимание на политическите субекти. По тази и други причини липсват сериозни научни трудове, като изключим някои учебни и академични издания[109]. Единственият монографичен колективен труд в тази област с претенциозното заглавие „Туристическа политика”[110] представя компилативно изследване, чийто контекст е свързан в преобладаваща степен със *стратегическото планиране и управление на фирмено равнище*. В него сравнително малко място (само в глава девета) е отделено за изследване на туристическата политика като цялостна система с акцент върху макроравнищата на нейното формиране и функциониране, ролята на държавата в това направление и пр.

От направения до тук преглед и анализ на мястото и значението на учението за туристическата политика в системата на науката за туризма могат да се направят следните **основни изводи**:

---

[107] Вж. Hall, M. Цит. съч., с. 4.

[108] Пак там, с. 4–7.

[109] Имат се предвид тези в изброените университети, които в учебните си планове имат дисциплини, в чийто съдържателен обхват се включват тематични единици за туристическата политика (ИУ – Варна, СУ и УНСС – София и др.).

[110] Вж. Рибов, М. и др. Туристическа политика. София: Тракия-М, 2010.

Първо, туристическата политика се утвърждава като част от системата на туризма и се превръща в обект и предмет на науката за туризма от самото начало на нейното развитие.

Второ, в периода до края на Втората световна война туристическата политика няма разграничено и самостоятелно място като съдържателно направление в науката за туризма.

Трето, в съвременния етап от своето развитие науката (вкл. и у нас) все още е длъжник към политическите измерения и проблеми на туризма, но въпреки това тя все по-пряко и обхватно интегрира в своя обект и предмет проблеми на туристическата политика, особено извън тези на политологията.

Четвърто, едва ли може да има съмнение по повод твърдението, че ако в бъдеще интердисциплинарната туристическа наука се развива без необходимите съставки на политическите анализи и изследвания, тя ще остане несъвършена и непълна.

Глава трета

ТУРИСТИЧЕСКАТА ПОЛИТИКА В КОНТЕКСТА НА НАУКАТА ЗА ТУРИЗМА

3.1. Политиката и регулирането на обществените отношения

„В реалния свят човешките общества не са съставени от разсъдливи и безкористни хора; хората не са равни; човешките потребности и желания не са напълно удовлетворени; съществуват имащи и нямащи; на много места в света ресурсите са ограничени. Всичко това създава потенциални условия за конфликти и потребност от политика (регулиране – б.а.).”[111]

Горният цитат на Д. Йенш синтезира изводи, подплатени с дълголетната човешка мъдрост и опит. В него се крият много от отговорите на въпроси, като: къде се коренят причините на съвременната политика и политическа система; откога, защо и кому са необходими регулативните въздействия, които тя налага; кой трябва да ги осъществява, по какъв начин и с какви средства; кой е най-добрият начин затова и мн. др.

Един **кратък исторически преглед** на генезиса и еволюцията в регулирането на обществените отношения показва, че то съществува от зората на човешката цивилизация до днес. От момента на появата си като мислещо същество човекът се е възползвал от своя разум, за да „общува” по най-добрия начин със заобикалящия го свят с цел оцеляване и нормално съществуване. Един от ефикасните начини за това е бил взаимодействието с и въздействието върху (регулирането на) обстоятелствата от околната среда (природна или социална). Още древните народи са използвали различни средства затова и то не само в ограничения социум или територия, а и в по-мащабни свои стопански или военни начинания.

[111] Вж. Jaensch, D. (1992): по Hall, C. M. Цит. съч., с. 1.

Като „система” регулирането се утвърждава доста по-късно, заедно с ***държавността***. В исторически аспект пътуванията въобще, а впоследствие и тези с туристическа цел, са зависели и са се определяли от намесата и управлението на публичния сектор, т.е държавата. Неговите управленски субекти са създавали среда за установяване на правов ред и сигурност, за нормален стопански оборот и парично обращение като основа за развитие на търговията и пътуванията. Държавата е изграждала пътища, мостове и пристанища, осигурявала е условия за развитие на богатата и средната класа – основата за развитие на потреблението. Тя е събирала данъци, за да защити границите си и осигури мира, да спре разпространението на епидемии и поддържа комуникациите. Спокойствието и леснината, с която апостол Павел е обикалял Римската империя, е свидетелство за ефикасността на нейната държавно-административна система[112].

Определена роля в процеса на утвърждаване на регулирането като система е изиграла и ***религията***. Достатъчно е да си припомним смисъла и приложението през вековете на моралните и юридическите норми на „десетте божи заповеди”, религиозните мотиви за предвижване на големи маси от хора и необходимостта от условия за това.

Най-зрялата своя степен регулирането достига в епохата на стоковото производство и съвременното ***пазарно стопанство***. В съвременните му разновидности основната функция на държавата е да създава условия за и стимулира частния сектор, за да доставя необходимите по количество, качество и с приемливи цени стоки и услуги за посрещане на потребностите на посетителите, както и за извличане на всестранни ползи и ограничаване на вредите от развитието на туризма.

В своя дълъг път на развитие светът винаги се е нуждаел от целенасочени въздействия в рамките на човешките отношения – както в чисто личен, така и в общ социален план. Проявлението на тази **обективна потребност от регулиране** се определя от много и различни причини. По-важните от тях са:

Разнопосочността на интересите: на отделни индивиди, социални групи (класи), религиозни, етнически, национални и международни общности. Тя има своите генетични корени в самата човешка природа. Хората са уникални във всяко отношение и никога няма да мислят по един и същ начин. По природа те са програмирани и обречени да бъдат с различни потребности и характери, физически, умствено-психически, възрастови и полови специфики. Няма друг начин за реално „споразумение” между тях и постигане на разумни отговори по въпроси от рода на кой, какво, как, колко, къде, с кого и пр., освен целенасоченото и независимо от волята на отделния индивид външно регулативно въздействие. Общият преглед на цивилизационното развитие разкрива интересен феномен – колкото по-ефективно и по-пълно са удовлетворени възникнали лични (индивидуални) потребности, толкова повече се разширява кръгът на новоформирани, значими обществени интереси[113].

Различията в степента на социално-икономическото развитие. По едни или други причини (природо-географски, социално-демографски или генитични) в

[112] Вж. Elliott, J. Цит. съч., с. 21.

[113] Вж. Беев, Ив. Концепцията за устойчиво развитие: конкурентен ред или нормативна регулация: http://www.unwe.acad.bg/UCSD/index.php?m=3.

хилядолетната еволюция не всички представители на човешката раса са вървели заедно и в синхрон по пътя на прогреса, на икономическия и социален възход. Едни са изпреварвали с много столетия останалите, често задушавайки се в тесни за възможностите си териториални граници. Това ги е подтиквало да заробват други и установяват всеобщото статукво на неравенството. Днес, в своя глобализиран образ, светът трудно се справя с големите различия, а държавите – с тези, в своите територии или със социалните си общности. Единственият разумен изход и в този случай е създаването на ефективно функциониращи, регулативни политически системи.

Несъответствията между потребностите и ресурсите. Както индивидуалните (човешки), така и колективните (обществени) потребности и вчера, и днес са били и винаги ще бъдат безгранични. Населението на света се увеличава лавинообразно и почти в геометрична прогресия. Същевременно ресурсите остават ограничени, изчерпани или постепенно изчерпващи се. Учените търсят бъдещо спасение в космоса, в тераформиране на Марс или други планети. Доколко това е реалната и по-важно – близката перспектива? Отговорът на този въпрос ще се търси, но ясно е, че още много десетилетия човечеството ще търси трайното решение на земята. Докато го намери, винаги ще се налага регулиране на отношение-то „потребности – ресурси" на всички равнища и в посока на балансиране и оптимизиране.

Стремежът за господство на човек над човека. Историята, настоящето, а и индикаторите на бъдещето показват, че по-силните, по-разумните и по-богатите са властвали, властват и вероятно още много време ще е така. Същевременно винаги, било заради баланса, или елементарната нужда от обекта на властване, се налага и поддържане на относително нормално ниво на съществуване и на останалата (значително по-голяма) част от човечеството. Затова също се търсят механизми на регулиране и политическо въздействие.

Вечната борба между доброто и злото. Погледната в чисто философски аспект, тя също е налагала и ще налага търсене на ефикасни начини за постигане на победа (не винаги пълна и в никакъв случай окончателна) на доброто над злото във всички сфери на дейности на индивида или обществото.

Същността на регулирането може да се определи накратко, за целите на настоящото изследване, по два основни начина – с помощта на: а) процесно- или б) системно-ориентирана дефиниция. В първия случай го приемаме като *комплекс от съзнателни въздействия от правно упълномощени субекти, ориентирани към обществените отношения и отделни техни елементи,* а във втория – като *сложна съвкупност от елементи, връзки и взаимодействия (система), изградена от няколко основни съставки (подсистеми): субект; обект; принципи, методи и цели; регулативни механизми (регулатори, средства, инструменти) и регулативни въздействия*.

Основните принципи и цели на регулирането могат да се определят в следните няколко направления:

Зачитане (съгласуване) на интересите на различни заинтересовани страни и субекти и постигане на обществен консенсус. Този принцип (и същевременно цел) на регулирането предполага търсене на възможности и начини за цивилизовано хармонизиране на интересите на всички социални слоеве и групи в реализация на

стремежа за постигането на общи цели[114]. Колкото и разнородни и противоречиви да са тези интереси, все пак на всички е ясно, че плуват в един „Ноев ковчег" из безбрежния океан на битието. Незачитането на интересите на която и да е част от обществото може във всеки момент да взриви социалния мир и да провокира конфликти с необратими последици за устойчивостта на спасителния плавателен съд.

Осигуряване на условия за ***прогресивно и устойчиво обществено развитие.*** В съвременния етап основната предпоставка за постигането на общите стратегически цели е гарантирането на прогресивен икономически и социален растеж. Същевременно все по-ясно и категорично пред всички обществени сили и субекти се изправя дилемата за ефективно (интензивно) усвояване на наличните ограничени земни ресурси и гарантиране на такава възможност и за бъдещите поколения.

Балансиране и оптимизиране на потребности и ресурси. За да се постигне горната цел, настоящите поколения следва да търсят и откриват най-добрите начини за използване на ресурсите при максимална степен на удовлетвореност на обществените и индивидуалните потребности. Тази трудна задача може да се реши само чрез разумни методи (прогнозиране, програмиране, планиране) за постигане на оптималния баланс на потребности и налични за тяхното удовлетворяване ресурси.

Гарантиране на основните човешки права и свободи. Този принцип, заложен в основите на регулирането, има водеща роля сред останалите. В центъра на съвременното демократично развитие винаги се поставя човекът. Основен проблем, свързан с гарантирането на правата и свободите на хората, е свързан с неговата практическа реализация. В целеполагането и дневния ред на много международни и национални организации и движения той е на едно от първите места.

Догонване (доближаване, а при възможност изравняване) ***степента на социално-икономическо развитие*** между отделни региони, страни, територии и социални общности. Догонващото развитие е сложен процес и зависи от много вътрешни и външни условия. Няма гаранции, че всички те ще бъдат осигурени през следващите десетилетия. И все пак, макар и много трудно, на границата между възможно и невъзможно, постигането на догонващо развитие е необходимо. Сближаването е процес, който води до нарастващо сходство в нивото на икономическо и социално развитие между страни, групи страни и региони[115], и ...независимо от това, какви цели си поставят отделните общества, те се сравняват едно с друго...и в това сравнение всяко се стреми да бъде по-напред... с началото на модернизацията се появява нарастваща взаимозависимост между отделните социуми, при което отношението между тях започва да се възприема като отношение между „напреднали" и „изостанали" държави, „развити" и „развиващи се"[116].

---

[114] Вж. Стефанов, Н. Макропланирането в съвременни условия. Нова зора, юни 2006 (http://www.eunet.bg/media/show_story.html?issue=307085207&media=68195086&class=70470167&story=307085398).

[115] Вж. Ангелов, Ив. и др. Икономиката на България и Европейският съюз. Стратегия за догонващо икономическо развитие до 2020 година. София, 2003, с. 17.

[116] Вж. Проданов, В. Догонващо развитие. Институт за философски изследвания. София: Българска академия на науките, Фабер, с.17 и 18 (http://old-philosophy.issk-bas.org/books/Dogonvasto.pdf, 30.10.2011).

Определяне на приоритетите в общественото развитие. Под приоритети следва да се разбира създаването на подходящи икономически, институционални, социални и други условия за гарантиране на устойчиво обществено развитие, с ясно определени „правила на играта". Тези правила включват лоялна конкуренция, стандарти за здравето на хората, социална справедливост, екологична целесъобразност, лична и имуществена сигурност на гражданите, равнопоставеност пред закона, национална сигурност и други висши обществени ценности. Същевременно те следва да отчитат реалните възможности за постигане на едни или други цели, с оглед на ресурсното осигуряване на този процес и оптималното му разполагане във времето.

Опазване на обществения ред, мира и сигурността на гражданите. Този принцип на регулирането се налага като следствие от и в противодействие на стремежа на отделни индивиди, групи или общности да доминират или властват неправомерно над останалите. През хилядолетната история на цивилизациите той винаги е бил на вниманието на управляващите и в основата на създаваните от тях системи за регулиране на отношенията между индивиди и общности, нерядко с единствена цел – гарантиране на собствените си интереси. С укрепването на демократичните системи опазването на мира и сигурността се превръща в задължително условие за гарантиране на траен и устойчив обществен прогрес.

Характерни обекти на регулирането, представени в най-общия им вид, са: системата на обществените отношения; политическите отношения – в частност; икономиката и отделните нейни отрасли, сектори и дейности; социалната сфера (здравеопазване, наука и образование, култура и пр.; международните отношения (политически, икономически, културни и пр.); околната среда в широкия смисъл на понятието, с нейните две съставки (социална и природна); междуличностните отношения и т.н.

Важна част от системата на регулирането са и **регулативните механизми** (регулатори, средства, инструменти), които се конкретизират в три основни групи: ***обективно действащи***: законите на общественото и икономическото развитие, природните закони, пазарът и др.; ***изградени и функциониращи на субективно-правна основа***: законодателство и нормативна база, финанси и парично обращение, данъци и други фискове, система за планиране (държавно, отраслово, фирмено), социални и технически механизми и инструменти, разрешителни и забранителни режими и др.; ***конкретни регулатори***: цени, валутни курсове, лихви, мита и такси, акцизи, квоти и др.

Функционирането на системата за регулиране е подчинено на сложни диалектически връзки и взаимодействия между „обективно" и „субективно" начало. В тях откриваме произхода и основата на **отношенията „регулиране – политика"**. ***Регулирането*** предшества политиката, която от своя страна е присъща на по-висшите етапи от развитието на обществената система. ***Политиката*** възниква *в процесите на трансформация на регулирането от хаотично осъществяван процес в система*. Тя е рожба на държавността, защото именно с появата на държавата се налага изграждане на институционалните форми на обществено устройство. Синхронизирането на действията и нуждата от създаването на порядък, с цел регулиране на различните потребности и интереси, се превръща в основен стълб на държавността. Политиката означава контрол. На локално, регионално и нацио-

нално равнище различни интереси влияят върху формиране на политиката, политическите резултати и мястото на отделни елементи от обществената система в политическия дневен ред.

Регулирането, в процеса на историческото развитие, постепенно се утвърждава като подсистема на политическата система и носи всички нейни характерни белези и елементи. Същевременно то се характеризира и с относителна самостоятелност, тъй като има самостоятелно битие и извън контекста на политиката. Както вече отбелязахме по-горе, то може да се проявява като външно-обективен процес или **саморегулиране**. Последното е универсална функция на всички живи биологични или социални организми. За разлика от първите, при които то е задължително условие за оцеляване, при вторите то не може да съществува в чист вид. Животинският организъм може да се саморегулира, но общественият отдавна е оставил назад в историята тази възможност за осигуряване на нормалното си съществуване.

Един от важните проблеми на политиката сега е установяването на оптимално (правилно) съотношение между ***регулиране и саморегулиране***. Той пряко касае и въпросите за границите на регулирането и ***дерегулирането***[117]. Тъй като регулирането е резултат от обективно проявили се обществени потребности в определен етап, възможно е те да отслабнат или изчезнат. Тогава то не само че не изпълнява своите основни функции, но може да се превърне в спирачка на прогреса и да се наложи дерегулиране. Съвременните и бъдещите обществени отношения не са възможни без дерегулация, но и без поддържане на определена доза регулация. Последното ще се налага там, където: дерегулацията не е достатъчно дисциплиниращ механизъм и конкуренцията е слаба; се засягат жизнени интереси на индивиди или общности; дерегулацията се определя от важни национални интереси. В наше време модерна е тази икономика, в която има висока степен на дерегулация с ограничена по обхват, но ефикасна регулация[118].

3.2. Туризъм и политика – взаимовръзки и взаимодействия

Туризмът пряко и изцяло е обвързан с и зависим от политиката. Неговите политическите аспекти тясно се преплитат с въздействията (икономически, социални, културни, екологически), чийто носител е той. Туризмът е не само „продължение на политиката", но е и интегрална част от световната политическа система. Той е, или може да бъде, не само средство от икономическо, но и от политическо значение"[119]. Субектите от различите нива и структури на политическата система

---

[117] Дерегулиране/ация означава отмяна или опростяване на юридически норми, правила и разпоредби, ограничаващи действия на пазарни сили и субекти. Дерегулиране не означава елиминиране правото и закона за сметка на хаоса и измамата, а елиминиране или ограничаване на правителствения контрол върху бизнеса, приближавайки го до свободния пазар. Тя е различна от либерализацията, при която на пазара навлизат повече играчи, но се запазва регулирането и гарантирането правата на потребителя, както и на минималните и максималните цени.

[118] Вж. Ангелов, Ив. и др. Цит. съч., с. 171.

[119] Вж. Edgell, D. International tourism policy. Van Nostrand Reinhold, 1990. http://books.google.bg/books?ei=zLCuTpnMIYaB4gSOrrHoDg&ct=result&hl=bg&id=oUrrAAAAMAAJ&dq=International+tourism+policy+David+L.+Edgell+1990&q=International+tourism+policy+David+L.+Edgell+1990#search_anchor.

активно се намесват в неговата организация, управление и контрол във всички области от неговото развитие и по цялата верига на стойността.

Независимо от доказаната роля и голямото значение на това социално-икономическо явление, специализирането на политиката и разграничаването на нейните ангажименти и задачи спрямо него (напр. от тези на регионалното планиране и развитие), дори във водещите туристически страни, придобива своя завършен вид едва през последните десетилетия.

Туризмът е **глобално явление**. На практика всяка страна или регион в света са свързани по някакъв начин с него. Дори когато жителите на даден район по някакви причини (например икономически) не пътуват или го правят рядко, чрез пътуващите от други места могат да влязат в директен или индиректен контакт с туризма и да изпитат неговите положителни или негативни последици. Дори далечни и недостъпни региони (като Антарктика, например), макар и по-рядко, също са обект на туристически посещения.

Туризмът през съвременния етап от своето развитие се утвърждава като ***важен и приоритетен обект на политиката*** в много страни и региони. Това се определя от съществените роли, които той е призван да реализира в процеса на своето функциониране и интегриране в обществената система.

Преди всичко той е мощен *стимулатор на обществения прогрес*. В съвременните изследвания тази му роля не се оценява еднозначно. Използваните за целта критерии се определят както от степента на неговото развитие, така и от тази на цялата социално-икономическата система. Налага се мнението, че туризмът следва да се оценява в контекста на *глобализацията* и в качеството му на основен *интегриращ фактор* и *условие за повишаване качеството на живот* на индивида и социалните групи. Тази интегративна функция се конкретизира в способността на туризма да обединява[120]: сектори и области с пряко влияние върху общественото развитие; индивиди от цял свят и всички социални слоеве в единна група на посетители и потребители (туристи); разнообразни форми на пътуване и други активности при социална диверсификация на туристическия продукт; чужди и местни участници в туристическата индустрия; различни територии в обща „туристическа сцена”, независимо от степента на тяхното развитие, атрактивност и пр.

Туризмът е *макроинтеграл*ен *фактор*. Той обединява цяла палитра от икономически, социални, политически, културни и много други видове обществени отношения. Реализираните от него ефекти все по-категорично го утвърждават като водеща световна индустрия[121]. Всепризната е функцията му на мощен икономически мултипликатор. През 2010 г., по данни на СТО, преките постъпления по линия на международният туризъм са US$ 919[122] млрд. (693 млрд. евро). Според оценки на Световния съвет за пътуване и туризъм (World Travel and Tourism Council – WTTC), базирани на метода на сателитните сметки, неговият дял в БВП, включ-

[120] Вж. подр. Gazes, G., L. Jolin. Is Tourism a Development and Integration Factor? Notes on the inaugural conference of the 1996, BITS Convention. Bruxelles, 1997, pp. 3-9.

[121] Declaration of the Ministers for Tourism and Heads of Delegation of the G20 member countries, Paris, 25 October 2011: http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/111025-t20-declaration-en.pdf

[122] Вж. Tourism Highliths. UNWTO (http://www.unwto.org/facts/menu.html).

ващ общия му ефект за цялата икономика на страните в света, се прогнозира да достигне през 2011 г. 9,1% (или US$ 5,991.9 трил.), при годишен ръст от 4,2%, а през 2021 г. – 9,6% (или US$ 9,226.9)[123].

Туризмът е *икономически балансьор и компенсатор*. Той влияе благоприятно върху и оптимизира отрасловата структура и териториалното развитие, активизира платежния баланс на страните, като съдейства активно за нарастване на неговото положително салдо и валутния резерв. Пряко участва в разпределителните и преразпределителните отношения, в балансирането на приходите и разходите на населението и пр.

Туризмът играе особено важна роля и по отношение на *околната среда*. И тук, независимо от заплахите, съпътстващи неконтролираното разрастване на явлението, могат да се открояят няколко по-конкретни примера за неговите положителни въздействия в качеството му на: ефективно средство за *естетизиране на жизнената среда*, чрез: целесъобразното му вписване в градоустройствените планове; усъвършенстване на инфраструктурата; обновяване на дизайна и архитектурата на туристическите селища и пр.; източник на средства за: *възстановяване и поддържане равновесието в природната среда*, преодоляване на *екологични катастрофи*, създаване на *нови ресурси* (водни басейни, паркове), „формиране" на нови туристически дестинации (включване на селища или природни обекти в туристическото развитие, усвояване на пустеещи територии за нуждите на туризма); развитие на т.н. *„зелен (еко-) туризъм"* в хармония с околната среда.

Туризмът се утвърждава и като важен *фактор на човешкия прогрес* и алтернатива на бъдещето. Той съдейства за изравняване степента на икономическо, социалното и културното развитие, гарантира безпрепятствен достъп до достиженията на световното културно наследство и прогресивно развитие на политическите и деловите отношения между страните.

Всички тези роли на туризма предизвикват и множество *отрицателни ефекти* (пренаселване, урбанизация на туристическите центрове, социални проблеми и сблъсъци, акултурация и др.). В своята съвкупност те определят неговите особености като ***многоцелеви обект на политиката*.**

В туризма се открояват три основни **групи субекти**: ***туристи*** (потребители на туристическия продукт, голяма част от други страни); ***туристически бизнес*** (съставен от различни производители и продавачи на туристическия продукт); ***държавни органи и институции***[124], осъществяващи регулативни функции спрямо първите две. Процесът на взаимодействие между тях образува своеобразен „триъгълник"[125], а отношенията им се регулират в най-общия случай със закони и други нормативни актове. Туризмът между различните страни по правило предпоставя различен тип отношения между тях. Те са провокирани от различни обстоятелства. Така например, необходимо е да се уредят условията за признаването на документи за пътуване, да се подпомогне престоя на чужденците и се решат реди-

[123] http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/regional-reports/world/

[124] Вж. подр. Elliott, J. Цит. съч., с. 8.

[125] Вж. Маринин М. Туристские формальности и безопасность в туризме. Москва: Финансы и статистика, 2004, с. 144 (http://tourlib.net/books_tourism/marinin.htm).

ца конкретни проблеми в тази връзка, да се улесни връзката му със собствената му страна (с посолства или консулства) и т.н.

Връзката „**политика – туризъм**" не бива да се възприема непременно и на първо място в прекия смисъл като отношения с партии и избори и тяхното влияние върху туризма. Изследванията в тази област са безусловно свързани с властта. „Политиката се занимава с властта или това кой получава какво, къде, как и защо" (Lasswell 1936)[126].

Можем да откроим *пет основни съставки на политиката*:

- дейности по вземането на решения в и в интерес на общности от хора, независимо от техния състав (малки групи, общини, организации или нации);
- решения, респ. политики и идеологии, които подпомагат техния избор;
- субекти, които вземат решения и легитимността им за това;
- вземане на решения и институции, ангажирани в този процес;
- изпълнение на решения.

Туризмът е не само резултат от рационален процес на вземане на решения..., „естеството на туризма във всяка отделна общност е продукт на комплекс от взаимообвързани икономически и политически фактори, както и на географски и рекреационни характеристики, които привличат чужденци" (Pec, Lepie 1989)[127]. Решения, които влияят върху туристическата политика, определят ангажимента (обвързването) на правителството към туризма, структурата на туристическите организации и природата на туристическото развитие, са част от политическия процес. Този процес включва ценностите на субектите (заинтересованите лица, публични организации и др.) в борбата за власт.

По правило политиката се осъществява по посока *от публичния* (в лицето на държавата и нейните субекти) *към частния сектор* (в случая – туристическия бизнес). При това първият установява регламенти (данъчно облагане, сертифициране, лицензиране, регистрация, застраховане и мн. др.), а вторият ги изпълнява. За регулиране на отношенията с туристите държавата урежда законодателно граничния, паспортния, визовия, валутния, митническия и санитарния режим; нормите и правилата за износ на култур-ни и исторически ценности и образци на флората и фауната; правния статут на чуждите граждани; правата на потребителите и тяхната защита, застраховането при туристическото пътуване и пребиваване и др.

Политиката, насочена към туризма, решава три **основни групи задачи**: а) *общо-политически*: създаване на общите и специфичните рамкови условия за туристическото развитие; б) *еколого-политически*: противодействие на негативните последици от масовизацията на туризма (като следствие от високите темпове на неговия растеж), формитране на съзнание за опазване на околната среда като потенциал и за бъдещо развитие на туризма и стимулиране на устойчиви форми на туристическо пътуване; в) *социално-политически*: създаване на условия за свободен достъп на всички хора по света (гарантиране на „туризъм за всеки") и подпомагане на всички засегнати и ощетени от масовия туризъм.

---

[126] Цит. по: Hall, M. C. Цит. съч., с. 2.
[127] Pec and Lepie, 1989.

3.3. Системна характеристика на туристическата политика

Туристическата политика се утвърждава като обект на познанието още с появата на първите наченки на науката за туризма. Значимостта на изследванията в тази област особено сполучливо е аргументирана в следната мисъл: *„...медицината твърди, че ако една болест е в начален стадии, лечението й е лесно, но диагнозата й е трудна; ако тя е в напреднал стадии, диагнозата й е лесна, но лечението й е трудно или невъзможно.... Ако някой открие политическия проблем отрано..., той може би ще го реши бързо и лесно, но ако не го открие и го остави да се развие така, че всеки да го разпознае, за него няма да се намери лек* (Machiavelli 1988)[128].

Понятието ***„политика"*** по своя етимологически произход се свързва с гръцката дума *„polis*". **В Древна Гърция с нея са определяли** пространството, където са се срещали и сблъсквали различни интереси и са търсени начини за трайно решение на проблемите, възникващи във връзка с осъществяването на обществените отношения. С „полис" (polis) се обозначавали и древногръцките градове. От историята е известно, че те са били градове-държави, което по естествен начин свързва смисъла на тази дума и с държавността. Днес понятието „политика", в неговия най-общ смисъл, се използва за обозначаване на целенасочени действия за изработване на правила за функциониране на социалните общности и държавите.

В повечето езици за обозначаване на политиката има еднозначно определена дума, докато в английския език се използват три такива, с които се идентифицират конкретни съдържателни страни и характеристики на политиката: ***polity*** – за политически рамки за действие, или *формата на политиката* (конституция, законодателство, институции и пр.); ***policy*** – за *съдържателните рамки на политиката* (целеполагане, проблеми, ценности и пр.) и ***politics*** – за *политиката като процес* (интереси, конфликти, борба, власт и пр.)[129].

Всички форми на политическа организация са благоразположени към използване на конфликти и потискане на другите, защото организацията е мобилизация на интереси. Политиката означава преди всичко *сила, пълномощия и власт*. Изследванията относно аранжирането (подреждането) на властта заемат важно място в анализа на политическите ефекти, защото властта определя взаимодействието между индивиди, организации и институции, влияейки или опитвайки се да влияе върху посоката на политическите въздействия.

Туристическата политика е част от политическите отношения. Поради това обстоятелство теоретичният анализ на свързаните с нея проблеми е възможно, а и особено целесъобразно да започне с изясняването на въпроси от рода на: *какво представлява самата политика, от какво зависи и се определя тя, какви са нейните връзки и взаимоотношения с други процеси и дейности ?* Техните отговори могат да помогнат за прякото пренасяне на родовите белези от политиката, като общо (или покривно) явление и за разграничаване и изясняване на видовите отлики (особености) на туристическата политика.

---

[128] Цит. по Hall, C., J. Jenkins. Tourism and the public policy. Thomson Learning and Routledge, 1995, p. 4.
[129] Вж. подр. Mund, J. Цит. съч., с. 20.

Политиката зависи и се определя от всички характеристики на системата на обществените отношения (икономически, социални, културни и др.) и е пряко следствие от формирането на общата политическа среда, системата от ценности, идеологиите, разпределението на властта, институционалните рамки и процеси на вземане на решения[130]. Обикновено тя се разглежда във връзка и взаимозависимост с планирането и управлението като функции на публичния сектор[131].

Терминът „***политика***", в общото съдържание на който се вмества и туристическата политика, няма единно възприето и универсално определение. Обикновено той се тълкува като[132]:

- съвкупност от свързани решения на един (няколко) институционален/и субект/а относно избора на цели и начини за тяхната реализация в конкретна ситуация и среда, ако те са в границите на компетенциите на тези субекти;
- насочени към устройство на обществения живот действия на публични власти и субекти (правителство, парламент, партии и организации);
- публичен конфликт на интереси, в условията на използване и прилагане на политическата власт и при изразена потребност от обществен консенсус;
- координиране на обществените отношения чрез вземане и изпълнение на взаимно обвързани решения;
- съвкупност от политически действия или бездействия, избрани от публичните власти за решаване на определен проблем или група проблеми.

От множеството дефиниции в специализираната литература, които акцентират върху различните съдържателни аспекти на политиката, ще се опитаме да синтезираме няколко нейни основни (ключови) характеристики:

а) ***власт*** (господство):

- стремеж към и борба за легитимна власт, участие във властта или разпределението на властта;
- методи, средства и действия, с които се води борбата за и се печели властта;
- организационни форми и структури на властта, идентифицирани най-общо с държавата;
- отношения, произтичащи от и свързани с прилагането на властта.

б) ***управление***[133]:

- вземане и изпълнение на решения за постигане на определени цели при използване на адекватни средства;
- установяване на относителен ред и хармония в обществените отношения;
- осъществяване на планомерни и контролирани регулативни въздействия;
- система от субекти, обекти, цели, методи и средства (механизми) за/и регулативно въздействие с определен йерархичен ред и структура.

---

[130] Вж. Hall, C. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. Harlow: Pearson Education, Harlow, 2008, p. 9 (http://books.google.com/books?id=QqQrrxgEBEYC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary _r&cad=0#v=onepage&q&f=false /, 13.11.2011).

[131] Пак там.

[132] Вж. Hall, C., J. Jenkins. Цит. съч., с. 7.

[133] С тази ключова характеристика се свързва и по-тесния смисъл на политиката, тълкувана по правило на микроравнище (фирмена политика например).

в) ***интереси, конфликти, консенсус***:

- хармонизиране на различни и често противостоящи едни на други интереси;
- предотвратяване, ограничаване и редуциране на конфликти, респективно минимизиране на ефектите от тях;
- постигане на обществен консенсус при спазване принципите на компромиса, демокрацията, мира, реда и свободата.

Отговорът на въпроса за същността на туристическата политика следва да се търси и открие на основата на една по-обща характеристика на ***политиката като обществена система***[134], разглеждана по правило като съвкупност от отношения, разграничени в следните основни структурни съставки или подсистеми:

Политически субект (носител). Типично за него е, че той:

- е носител и представител на интересите на определени обществени сили и формирования (групи, класи, общности или обединения), които са спечелили борбата за власт в определен исторически етап;
- разполага със законно определени и предоставени му мандат, права и пълномощия за вземане на решения и осъществяване на регулативни въздействия;
- има определяща роля при целеполагането (определяне и подреждане на целите и приоритетите), като част от процеса на регулиране и управление на общественото развитие.
- стои в основата на разграничаването на йерархичните равнища в политическата система и определянето на вида на политиката (международна, държавна, регионална и пр.);
- има най-пряко отношение към динамичните изменения в политиката като цяло, поради което често срещано явление в историята и настоящето е непрекъснатото му обновяване.

Политически обект (обект на политиката). Той може да бъде всяко нещо, което понася (или към което са насочени) регулативните въздействия, осъществявани от политическия субект. Характерно за него е, че по правило определя вида на политиката. Ако обект на регулиране, например, са международните отношения, става дума за международна политика, ако е транспортът – транспортна политика, финансите – финансова политика, туризмът – туристическа политика и т.н. Политическият обект е относително постоянен елемент в политическата система (сменят се правителства, но икономиката като обект на регулиране остава).

Целеполагане (цели на политиката). Тази част от системата на политиката характеризира най-общо очакванията в резултат от регулативните въздействия. Целеполагането е присъщо на политическия субект и се реализира от него. В този смисъл то пряко отразява конкретни политически интереси. Целите обикновено се променят в зависимост от динамиката в обекта на политиката, в средата и услови-

[134] Както туризмът, така и всички категории и понятия, свързани с него, са интердисциплинарен обект на внимание и познание. В съвременната наука туристическата политика се изследва естествено от позициите на политологията, но се интегрира в предмета на много други науки като: икономика (на туризма), социология (на туризма), география (на туризма), международни икономически отношения, история (на туризма), управление (на туризма), маркетинг (в туризма) и др.

ята на неговото функциониране. Те намират място в стратегиите, програмите и плановете за устойчиво развитие.

Средства (инструменти) на политиката. Посредством тях се реализират регулативните въздействия и постигат целите на политиката. В този смисъл те се определят от и са подчинени на целеполагането. От вида им зависи и характерът на политическата система (репресивни средства – тоталитарна политическа система, демократични средства – демократична политическа система).

*Политически решения и регулативни въздействия***.** Обикновено тази съставка на политическата система има най-динамичен характер. Тя представя „върха на айсберга" или онова, което формира видимата част на политиката. Най-пряко се свързва с инструментите за политическо въздействие и изпълнява ролята на техен катализатор.

Туристическата политика е сравнително нов елемент от съвременната политическата система. Тя се утвърждава през последните десетилетия, като значимо следствие от *трансформацията на туризма от индивидуална в обществена потребност и повишаването на неговата ролята в развитието на обществото*. Този процес привлича вниманието на политическите субекти и провокира необходимост от съзнателно регулиране на това ново явление и свързаните с него дейности. Основна цел при това е *извличането на ползи за обществото и неговите структури и ограничаване на отрицателните ефекти* от туризма. Изграждането, а впоследствие повсеместното утвърждаване и усъвършенстване на публичната система за въздействие върху условията и факторите на туристическото развитие, се налага и в резултат от смущенията в икономическия кръгооборот, политическата нестабилност, кризисните явления и ролята на туризма в общественото развитие на отделните страни.

Туристическата политика носи всички, накратко представени до тук, системни характеристики на политиката като цяло. В специализираната литература тя се свързва най-често с ***икономическата политика***[135] и това има своите логически основания. Туризмът се появява и развива предимно като икономическо явление и мощен стимулатор на стопанския растеж. Той пряко се обвързва с и зависи от *отрасловата* (транспортна, аграрна, строителна, външнотърговска) и *функционалната* (валутна, финансова, кредитна, ценова) политика. В по-голямата си част условията за неговото възникване и просперитет са пряко и косвено свързани с икономическото развитие.

През последните десетилетия, обаче туризмът категорично се налага и в други роли, а масовизирането му все повече обединява или противопоставя не само типично икономически, но и много други обществени интереси. Това прави тълкуването на туристическата политика в *отраслово-икономически контекст* непълно, едностранно и несъответващо на богатото му съдържание.

Независимо от утвърденото място сред секторите на националните икономики туризмът се обвързва и с други съставки на обществената система и престава да бъде само част от икономическата политика[136]. Все повече международни,

[135] Вж. Freyer, W. Цит. съч., с. 368.
[136] Вж. подр. Нешков, М. и др. Цит. съч., с. 278.

държавни и регионални институции и организации насочват интереса си към него в качеството му на значим фактор на глобализацията. Това формира допълнителни качества и съдържателни характеристики на туристическата политика и я превръща в *над(между)секторна и комплексна подсистема* на политиката изобщо (вж. фиг. 3). Днес трудно можем да си представим туристическото развитие без ефективното участие на субектите от здравната, културната, екологичната, образователната и редица други видове политика. В този смисъл туристическата политика не е самостоятелна област (част) от политическата система, а е „пресечна" (диагонална) политика. Във връзка с изучаването й е необходима базисна информация и основни познания в много направления и области.

Особено внимание към същностната характеристика на туристическата политика през последните две десетилетия отделят учени като Клод Каспар, Валтер Фрайер, Йорн Мунд, Джеймс Елиът, Дейвид Едгел, Колин М. Хол, Питър Бърнс, Уйлям Кер, Джон Дженкинс и др.

К. Каспар дефинира туристическата политика като „*...съзнателното подпомагане и организиране на туризма чрез въздействие върху свързаните с него условия и дадености от страна на различните общности*"[137].

Според ***В. Фрайер*** туристическата политика е „*целенасочено планиране и въздействие (формиране) на туристическата реалност посредством различни носители* (държавни, частни, висшестоящи)"[138], а ***Й. Мундт*** я определя като: „*съвкупност от мерките на публичните институции на всички нива на политиката, които пряко или косвено, съзнателно или несъзнателно, определят организирането и развитието на туризма*"[139].

Дж. Елиот разглежда туристическата политика (tourism politics) в контекста на управлението на публичния сектор (public sector management). Той я възприема като: *първо*, управленски насоки към институции и процеси, на основата на които различни обществени формирования вземат и изпълняват задължителни за членовете си решения; *второ*, целенасочени действия на публичен/ни субект/и за решаване на проблеми, свързани с отношения и интереси, и *трето*, система от трайни елементи на човешките отношения, която обвързва в значителна степен власт, правила и институции[140].

Казаното до тук дава основание да се направи обобщения извод, че за нуждите на настоящото изследване ***туристическата политика*** може да се определи като: *система от принципи, методи, решения, мерки, мероприятия и въздействия, осъществявани от упълномощени субекти (органи, организации и институции) за съзнателно и целенасочено управление и регулиране на туристическото развитие.*

От така представеното общо определение на туристическата политика е видно, че основно ядро в нейната същностна характеристика е *съзнателното и целенасочено въздействие* върху развитието на туризма. Обективната потребност от

---

[137] Вж. Kaspar, Cl. Die Tourismuslehre im Grundriss, St. Galler Beiträge zum Tourismus und zur Verkehrswirtschaft. Bern: Paul Haupt Verlag, 1996.
[138] Вж. Freyer W. Цит. съч., с. 54.
[139] Вж. Mund, J. Цит. съч., с. 12.
[140] Вж. Elliott, J. Цит. съч., с. 38-40.

Фиг. 3. Цялостен модел на туристическата политика[141]

него възниква и нараства в резултат от утвърждаването на ролята и значимостта на явлението в обществото. Това става в определен исторически момент, когато се изчерпва реалната възможност от саморегулиране на туристическото развитие. Няколко са ***по-важните причини*** затова:

първо, масовизирането на туристическото потребление като резултат от влиянието на множество фактори;

второ, териториалната експанзия на туристическото предлагане, включването на много страни и региони в целите за туристически посещения и изострянето на конкурентната борба между тях;

[141] Вж. Freyer, W. Цит. съч., с. 373.

трето, умножаването на субектите и заинтересованите страни, които пряко или косвено участват в създаването и реализацията на туристическия продукт, както и в разпределението на ползите (или вредите) от него;

четвърто, нарастването в потенциала на туризма и перспективната му, водеща роля в обществото.

Като съзнателно организирана система туристическата политика възниква на определен етап от историческото развитие и съответна степен на зрялост на туризма като явление. Този процес не протича равномерно и еднопосочно. ***Основните фактори,*** които определят начините на формиране, функциониране и поведение на тази система, както и ефективността от нейното функциониране, могат да се обособят и изследват в няколко основни групи:

Природни и антропогенни (климат, релеф, географско положение, води, флора, фауна, традиции, историческо наследство, постижения на културата и др.). Въздействат обективно в зависимост от тяхното наличие или отсъствие, конкурентни характеристики, рационално или неразумно използване за нуждите на туристическото или общото социално-икономическо развитие. Особено бързо нараства ролята им за формиране на туристическата политика през последните години вследствие масовизацията на туристическото потребление и проявлението на отрицателните последици от нея за околната среда. Понастоящем Световната туристическа организация и цялата световна туристическа общност подчиняват усилията си за разработване и приложение на ефективни политически методи и инструменти за устойчиво туристическо развитие, основано на принципите на екологосъобразността, социалната поносимост и икономическата ефективност.

Транспортни. Определят характера на туристическата политика по отношение на осигуряване на транспортната достъпност до туристическите дестинации и обекти, развитие и усъвършенстване на транспортната система (особено авиотранспорта), адаптиране на транспортната инфраструктура към нарастващите потребности на туризма, координиране на транспортната политика на отделните страни, както и дейността на различните транспортни и туристически ведомства и предприятия и пр.

Социални (условия на живот, урбанизация, свободно време, развитие на културата). Влияят върху формирането на онези общи елементи от системата на туристическата политика, които касаят гранични за туризма области и условия: развитие на законодателството по посока на регламентиране и подпомагане развитието на социалния туризъм, туристическите пътувания на определени социални групи (деца, младежи, пенсионери); стимулиране развитието на музеите и останалите културни институции; регулиране организацията на използването на свободното време и др.

Икономически. Те имат определяща роля за формиране и развитие на базата на туристическото развитие: гарантиране на стабилни външни и вътрешни икономически условия за бизнеса; формиране на благоприятен инвестиционен климат и преференциално кредитиране; подпомагане и стимулиране на малкия и средния туристически бизнес; формиране на адекватна политика на доходите; интегриране и координиране на различните секторни политики с туристическата (транспортна, аграрна, здравна, културна и пр.).

ефективно функционираща система на туристическата политика в Р. Британия.

Идеята на изследванията в практико-приложна посока за нуждите на формирането на управление на туристическата политика е основа за предлагане и задълбочаване на доверието на всички това може да се определи като надеждна основа за предприемането на стратегическо планиране и т.н. Добре развитото и ефективно функциониращо законодателство осъществяване на туристическата дейност, определянето правилата на игра на туристическия пазар и т.н. Добре развитото и ефективно функциониращо законодателство е основа на всяка развита система на национална туристическа политика.

Някои автори предлагат и друго групиране на факторите, които влияят върху формирането и функционирането на системата на туристическата политика: а) фактори на тяхното; б) фактори на предлагането[142]. **Р. Ми и А. Морисон** изследват т. нар. смущаващи фактори (constraints), определящи функционирането на туристическата политика, като те разделят на: external (външни в тяхното, общо икономическа стагнация, кризисни явления, глобални климатични фактори и др.) и external (качество на туристическите ресурси, политика на свободното време, материалност на свободна земя и инвестиции, работна сила и др.)[143].

Представените теоретични аспекти, коментари и внесдания за сложността на разглеждат като основа за една по-задълбочена изследователска работа в тази туристическата политика не изчерпват богатото й съдържание. Те следва да се насока както в методологическо, така и в чисто емпирично аспект.

Заключение

Проблемите на туристическата политика намират място в обекта и предмета на редица науки – политология, икономика, управление, социология и други. По обща оценка на различни изследователи справетително по-малко внимание на нея отдели туризмологията както у нас, така и в чужбина. Его защо, на основата на поставената в настоящата студия цел, изследваме достиженията в развитието на туристическата наука и оценяме мястото и ролята на политика в нея. В хода на нейната реализация анализираме последователно еволюцията на публичната и особеноста на туризма като обект на научното познание, както и проследяте на поява и развитие на туризмологията. Насочваме опит за периодизация на съвременната наука за туризма, включително и в Британия.

Основният акцент в изследването е поставен върху интерпретирането на политическите измерения на туризма в обекта и предмета на науката за това явление. Основните изводи, които обобщаваме в тази връзка, се отнасят до: недостатъчния мащаб и степента на изследванията на туристическата политика; надстроящата потребност от социост на изследванията на туристическата политика; и значимостта на тези изследвания; нуждата от интерпрен и интердисциплинарен подход в процеса на тяхното осъществяване и заострянето на вниманието не само към теоретико-методологическите, но и към приложните изследвания в това направление.

В студията, за пръв път в родната наука за туризма, се разкрива комплексната сложност, богатото съдържание и характерните особености на туристическата политика в контекста на достиженията на съвременната наука за туризма. Считаме, че всичко това може да се определи като надеждна основа за продължаване и задълбочаване на изследванията в практико-приложна посока за нуждите на формирането на

[142] Вж. напр. Tietz, R. Handbuch der Tourismuswirtschaft. München: Verl. Moderne Industrie, 1980, S. 31-35.

[143] Вж. напр. Mill, R., A. Morrison. The Tourist System: An Introductory Text. New Jersey, 1992, p. 316-317.

Използвана литература

1. Ангелов, Ив. и др. Икономиката на България и Европейският съюз. Стратегия за догонващо икономическо развитие до 2020 година. София, 2003.
2. Беев, Ив. Концепцията за устойчиво развитие: конкурентен ред или нормативна регулация: http://www.unwe.acad.bg/UCSD/index.php?m=3
3. Брънеков, Т. Световен летопис на туризма. София, 1943.
4. Гочев, Я. Варненските лекари – пионери на морелечението у нас. ФАР, Научно-популярен алманах, 1989.
5. Енев, Н. и др. Икономика и организация на туризма. Варна: Г. Бакалов, 1975.
6. Јовичиќ, Ж. Основи туризмология. Београд, 1980.
7. Маринин М. Туристские формальности и безопасность в туризме. Москва: Финансы и статистика, 2004, с. 144: http://tourlib.net/books_tourism/marinin.htm.
8. Нешков, М. и др. Въведение в туризма. Варна: Наука и икономика, 2007.
9. Нешков, М., В. Казанджиева. Икономика на туристическата фирма. София, 2007.
10. Нешков, М. Пътнически агенции и транспорт в туризма. Варна: Наука и икономика, 2007.
11. Нешков, М., Н. Апостолов. Туристическата наука и обучението по туризъм в Р. България в контекста на европейския опит. // Икономика и управление, № 3, 2008, Благоевград: ЮзУ, 2010.
12. Парушев, Т. Варна – морско летовище на България (1878 – 1945 г.). // Известия на народния музей Варна, № 2843, 1992.
13. Проданов, В. Догонващо развитие. Институт за философски изследвания, Българска академия на науките. София: Фабер, с.17 и 18: http://old-philosophy.issk-bas.org/books/Dogonvasto.pdf 30.10.2011
14. Рибов, М. и др. Туристическа политика. София: Тракия-М, 2010.
15. Стаматов, Ст. Морелечение. Варна: Бряг Принт, 1997.
16. Стефанов, Н. Макро-планирането в съвременни условия. // Нова зора, юни 2006 (http://www.eunet).
17. Цонев, Ст. и др. Професорите на Икономическия университет – Варна. ИУ Варна, 1995.
18. Щраднер, Й. Туризмът – едно макроикономическо изследване (прев. от немски ез.). Варна: Наука и икономика, 2009.
19. ******Алманах на ИУ – Варна. 1981–1994, ИУ – Варна, 1995.
20. ******Втори туристически симпозиум в Дрезден „Бъдещето на туризма” http://www.dgt.de/.
21. Antunac, I. Kratak nacrt za historiju i razvitak teoretsko-naučne misli o turizma: в // Tuizam, № 8-9, Zagreb, 1965.
22. Benscheidt, W. Die Lehre vom Fremdenverkehr als Wissenschaft. // Archiv für den Fremdenverkehr, 5. Jahrg., No.1, Berlin, 1934.
23. Bernecker, P. Die Stellung des Fremdenverkehrs im Leistungssystem der Wirtschaft. Wien, 1956.
24. Bernecker, P. Einordnung der Fremdenverkehrsbetriebe in das System der Betriebswirtschaftslehre. In: Der Österreichische Betriebswirt, Vol. 9, 1959, No. 2.

25. Bernecker, P. 50 Jahre Institut für Fremdenverkehr der Wirtschaftsuniversität – Wien. Wien, 1984.
26. Bochert, R. Tourismuspolitik: Ordnungspolitik der Tourismusmärkte, 2., veränd. Aufl., Berlin, Uni-Edition, 2007.
27. Bormann, A. Die Lehre von Fremdenverkehr. Berlin: Verl. der Verkehrswissenschaftlichen Lehrmittelgesellschaft mit b.H. bei der Deutschen Reichsbahn, 1931.
28. Buhalis, D. Tourism and Hospitaly Bibliography. Marylebone Books, 1998.
29. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, St. Tourism: Principles and Practice. London: Pitman Publishing, 1993.
30. Dieke, P. (Ed.) The political economy of tourism development in Africa: Cognizant Communication Corporation, New York, 2000.
31. Edgell, D. International tourism policy, Van Nostrand Reinhold, 1990. http://books.google.bg/books?ei=zLCuTpnMIYaB4gSOrrHoDg&ct=result&hl=bg&id=oUrrAAAAMAAJ&dq=International+tourism+policy+David+L.+Edgell+1990&q=International+tourism+policy+David+L.+Edgell+1990#search_anchor.
32. Elliott, J. u.a. Tourism: politics and public sector management. London: Routledge, 1997.
33. Foster, D. Travel and Tourism Management. Hong Kong: Macmillan, 1985.
34. Freyer, W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München/Wien, 1990.
35. Freyer. W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenbourg, 2009.
36. Freyer, W. Tourismus-Ökonomie oder Ökonomie des Tourismus – Der Beitrag der Wirtschafts wissenschaften zur Theorie des Tourismus. In: Fischer/Laesser: Theorie und Praxis der Tourismus- und Verkehrswirtschaft im Wertewandel.
37. Gazes, G., L. Jolin. Is Tourism a Development and Integration Factor? Notes on the inaugural conference of the 1996 BITS Convention, Bruxelles, 1997.
38. Glücksmann, R. Allgemeine Fremdenverkehrskunde. Verlag von Stämpeli&cie, 1935.
39. Glücksmann, R. Arhiv für den Fremdenverkehr, Vierteljahrschrift des Forschungsinstitutes für den Fremdenverkehr, Jahrgänge 1. bis 5., Berlin, 1930-1934.
40. Glücksman, R. Das Ziel des Forschungsinstitut für Fremdenverkehr. Vortrag zur Gründungsfeier der Gesellschaft für Fremdenverkehr in Berlin. // Sonderdruck der Zeitschrift „Verkehr und Bäder", Berlin: Bäder-Verkehrs-Verlag, Nr. 23, 1929.
41. Greuter, F. Bausteine der schweizerischen Tourismuspolitik: Grundlagen, Beschreibung und Empfehlungen für die Praxis. Bern, 2000.
42. Grünthal, A. Robert Glüchsmann – Begrьnder des Wissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr. // Hotel und Restaurant", Sonderausgabe No. 8, Dr. Alfred Hüthig Verl., Heidelberg/Köln, 1962.
43. Hahn, H. u. a. (Hrsg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München Verlag Quintessenz, 1993.
44. Hall, C. Pro-Poor Tourism: Who Benefits? Perspectives on Tourism and Poverty Reduction. Channel View Publications, 2007.
45. Hall, C., H. Tucker. Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations. London: Routledge, 2004.

46. Hall, C., J. Jenkins. Tourism and the public policy. Thomson Learning and Routledge, 1995.
47. Hall, C. Tourism & Politics: Policy, Power and Place. London: John Wiely & sons, 1994.
48. Hall, C. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. Harlow: Pearson Education, 2008, p. 9 (http://books.google.com/books?id=QqQrrxg EBEYC&printsec =frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false, 13.11.2011).
49. Harrison, D. Tourism and the less developed countries. London: Belhaven Press, 1994.
50. Hüußler, X. Der Fremdenverkehr: eine Studie űber seine Volkswirtschaftliche Bedeutung und seine Förderung. Leipzig: Universitetsverlag von R. Noschke, 1930.
51. Herold, T. Die neue Verkehrshochschule in Düsseldorf. Berlin: Karl Heymann Verlag“ 1920.
52. Hunziker, W., K. Krapf. Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Zürich, 1942.
53. Hunziker, W. Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs. B. 1 Fremdenverkehrsbetrieb und seine Organisation. Bern: Gurtenverlag, 1959.
54. Hunziker, W., K. Krapf. Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehere. Schriftenreihe des Seminars für den Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen, Zürich: Poligraphischer Verlag AG, 1942.
55. Hunziker, W., K. Krapf. Beiträge zur Fremdenverkehrslehre und Fremdenverkehrsgeschichte. Bern, 1941.
56. Hunziker, W. System und Hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre. Fer’sche Buchhandlung, St. Gallen, 1943.
57. Hunziker, W. Zur Problematik und Systematik der Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs. In: Jahrbuch für Fremdenverkehr 1. Jg., 1952-53.
58. Hömbert, E. Tourismus – Funktionen, Strukturen, Komunikationskanale. München, 1977.
59. Kaspar, C. Die Anwendung der Systemtheorie zur Lösung methodischer Probleme Kaspar, Cl. Die Tourismuslehre im Grundriss, St. Galler Beiträge zum Tourismus und zur Verkehrswirtschaft, Bern: Paul Haupt Verlag, 1996.
60. Kaspar, C. Fremdenverkehr im Grundriss. Bern, 1975.
61. der Fremdenverkehrswissenschaft- und Wirtschaft: in Festschrift zur Vollendung des 70. Lebensjahr von Prof.Dkfm. Dr. Paul Bernecker. Wien, 1978.
62. Klafkowski, M. Methode einer Fremdenverkehrsanalyse. Schriftenreihe des Forschungsinstitutes für den Fremdenverkehr, Hrsg. R. Glüchsmann, H. 4, Berlin: Selbstverlag, 1931.
63. Klafkowski, M. Organizationgrundsätze der Fremdenverkehrspflege in Europa. Schriftenreihe des Forschungsinstitutes für den Fremdenverkehr, Hrsg. R. Glüchsmann, H. 4, Berlin: Selbstverlag, 1931.
64. Krippendorf, J. Die Landschaftsfresser – Tourismus und Erhohlungslandschaft: Verderben oder Segen. Bern, 1975.
65. Marie-Loise Schmeer-Sturm u. a. Reiseleitung. München/Wien: R.Oldenbourg Verlag, 2001.

66. Mill, R., A. Morrison. The Tourist System: An Introductory Text. New Jersey, 1992.
67. Mill, R. Ch., M. Alastair. The Tourism System. London/ Sidney/Toronto/New Jersey: Prentice Hall International, 1992.
68. Morgenroth, W. Der Fremdenverkehr. Handwörterbuch der Staatswissenschaften, B.5, 1927.
69. Mund, J. Tourismuspolitik. Műnchen/Wien: R.Oldenbourg Verlag, 2004.
70. Oppitz, W. Tourismuspolitik international. Wien: Manz-Verl. Schulbuch, 2000.
71. Pechlaner, H. u. a. Tourismuspolitik und Destinationsmanagement: neue Herausforderungen und Konzepte. Bern, 2002.
72. Reuter, J. Tourismuspolitik und Wirtschftliche Entwicklung in Tunesien, Freiburg, 1983.
73. Schmidt, C. Fremdenverkehrswesen. Berlin: Selbstverlag, 1933.
74. Schulmeister, St. Tourism and the Business Cycle. Vienna, 1979.
75. Smith, St. Tourism Analysis: A Handbook. Essex: Longman.
76. Spatt, E. Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Innsbruck, 1975.
77. Spode, H. Geschichte der Tourismuswissenschaft. Tourismus Management, Berlin: Walter de Gruyter, 1998.
78. Spode, H. Wie vor 50 Jahren keine theoriegeleitete Tourismuswissenschaft entstand: im „Der durschaute Tourist". Arbeiten zur Tourismusforschung. Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, B.3, Műnchen/Wien: Profil, 1998.
79. Stradner, J. Der Fremdenverkehr: eine folkswirtschaftliche Studie. Graz: Verlag Leykam, 1905.
80. Stradner, J. Der Fremdenverkehr. 2. Aufl., Leykam Verlag, Graz, 1917: im Geographie des Freizeit- und Fremdenverkehrs. Hrsg. Hofmeister, B. u. A. Sreinecke, B. 592, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1984, S. 97-106.
81. Stradner, J. Die Förderung des Fremdenverkehrs. Kulturbilder aus Steiermark, Graz, 1890, S. 274.
82. Sölter, M. Betriebswirtschaftslehre des Tourismus: http://dr-schnaggels2000. surfino.info/Betriebswirtschaftslehre_des_Tourismus.html;
83. Tietz, B. Handbuch der Tourismuswirtschaft. München: Verl. Moderne Industrie, 1980.
84. Wahab, S. Tourism Management. London: Tourism International Press, 1975.
85. Walterspiel. G. Grundlagen der Betreibswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs (in J. Warszynska J., Jackowski An., Podstawy geografii turyzmu, Warstawa PWN, 1979.
86. Walterspieil, G. Zu Berneckers Typologie der Tourismusbetriebe: im Festschrift zur Vollendung des 70. Lebensjahr von Prof. Dkf. Paul Bernecker, Wien, 1978, S. 29.
87. Zedek, G. Aktive Fremdenverkehrspolitik. Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft, Wien, 1968.
88. Auch der Fremdenverkehr wird jetzt Wissenschaft. // Acht Uhr Abendblatt, Berlin, 9. Februar 1929.
89. Bibliographie der Literatur über Fremdenverkehr. Archiv für den Fremdenverkehr. Herausg. Prof. Robert Glücksmann, Forschungsinstitut für den Fremdenverkehr, Berlin. Jahrgang 1930/31 Heft 1-4.
90. Declaration of the Ministers for Tourism and Heads of Delegation of the G20 member countries, Paris, 25 October 2011 (http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/ 111025-t20-declaration-en.pdf).

91. Geschichte der Tourismusforschung (http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_der_Tourismusforschung).
92. HRA. Degree Program Overview. Washington State University, Washington, 1991.
93. Logies of Tourismology: The Need to Include Meta-Theories in Tourism Curricula (http://i08.cgpublisher.com/).
94. Tourism Highliths. UNWTO (http://www.unwto.org/facts/menu.html).
95. Tourismology – a scientific approach to tourism and hospitality phenomena: http://www.tourismology.org/;Third International Conference on Interdisciplinary Social Sciences, Prato, Italy, July, 2008:
96. http://www.google.bg/search?q=tourismology&hl=bg&lr=&as_qdr=all&start=20&sa=N;
97. http://www.sciencedirect.com/science/journal/02615177/3/1.
98. http://www.sciencedirect.com/science/journal/01607383/16&_cHubEid=1-s2.0
99. http://www.tandf.co.uk/journals/RPRT.
100. http://www.uni-lueneburg.de/fb3/ifsb/freizeit/ifsb_fz/sprache.html.
101. http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/regional-reports/world/

THE SCIENCE OF TOURISM AND THE PLACE OF TOURISM POLICY IN ITS OBJECT AND SUBJECT

Prof. Dr Marin Neshkov

Abstract

On the national, European and global scale the issues of the scientific service of tourism become more and more topical. The main reason for that are the increasing dimensions of the need for scientific information on the formation and the realization of the international, national, regional and local tourism policy.

The present paper is devoted to some insufficiently investigated in the specialized literature problems, connected with the tourism policy. Its aim is to study the achievements in the development of the science of tourism and on that basis to characterize and assess the place and role of tourism policy in its current and future development.

The principal emphasis in the study is laid on the integration of the political dimensions of tourism in the object and the subject of the science of that phenomenon. The main conclusions, which are summed up in this connection, refer to the following: the insufficient scale and purposefulness of the studies of tourism policy; the growing need for and significance of these studies; the need for an integrated and interdisciplinary approach in the process of their realization and focusing the attention not only on the theoretical and methodological, but also on the applied studies in that direction.

In the study - for the first time in the national science of tourism - there is revealed the complex nature and the characteristic features of tourism policy in the context of the achievements of the modern science of tourism. Its underlying thesis is connected with the need for complex and extensive research, on the basis of which to form an effectively functioning system of the tourism policy in Republic of Bulgaria.

DIE TOURISMUSWISSENSCHAFT UND DER STELLENWERT DER TOURISMUSPOLITIK IM RAHMEN DIESER WISSENSCHAFT

Prof. Dr. Marin Neschkov

Zusammenfassung

Sowohl auf nationalem als auch auf europäischem Niveau und weltweit werden die Probleme der wissenschaftlichen Betreuung des Tourismus immer aktueller. Der Hauptgrund dafür ist der wachsende Bedarf an wissenschaftlicher Information für die Gestaltung und Umsetzung der internationalen, nationalen, regionalen und lokalen Tourismuspolitik.

Die vorliegende Studie befasst sich mit der Problematik der Tourismuspolitik, die in der Fachliteratur nur unzureichend beleuchtet wird. Das Ziel der Studie ist, die Errungenschaften und die Entwicklung der Tourismuswissenschaft und auf dieser Grundlage den Stellenwert und die Rolle der Tourismuspolitik in ihrer heutigen und zukünftigen Entwicklung – zu erforschen.

Der Hauptakzent der Studie liegt auf der Einbeziehung der politischen Dimension des Tourismus in den Gegenstand der Tourismuswissenschaft. Die wichtigsten Schlussfolgerungen darüber laufen hinaus auf: einen zu kleinen Maßstab und eine unzureichende Zielgenauigkeit der Forschung über die Tourismuspolitik; auf einen wachsenden Bedarf an und eine wachsende Bedeutung dieser Forschung; auf die Notwendigkeit eines integrativen und interdisziplinären Herangehens für diese Art von Forschung; auf die Beachtung nicht nur der theoretisch-methodologischen, sondern auch der praxisorientierten Forschung auf diesem Gebiet.

In der Studie werden zum ersten Mal in der bulgarischen Tourismuswissenschaft die Komplexität und die speziellen Besonderheiten der Tourismuspolitik im Kontext der Errungenschaften der modernen Tourismuswissenschaft beleuchtet. Die Hauptthese konzentriert sich auf die Notwendigleit komplexer und eingehender Forschung, um auf dieser Grundlage ein effektives System der Tourismuspolitik der Republik Bulgarien zu entwerfen.

НАУКА О ТУРИЗМЕ И МЕСТО ПОЛИТИКИ ТУРИЗМА В ЕЕ ОБЪЕКТЕ И ПРЕДМЕТЕ

Проф. д-р Марин Нешков

Резюме

В национальном, европейском и мировом масштабе все более актуальными становятся проблемы научного обслуживания туризма. Главной этому причиной оказывается рост потребности в научной информации для формирования и реализации международной, национальной, региональной и местной политики туризма.

Настоящая разработка посвящается недостаточно исследованной в специализированной литературе проблематике, связанной с политикой туризма. Ее цель – исследование достижений в развитии науки о туризме, а на этой основе – характеристика и оценка места и роли политики туризма в ее настоящем и будущем развитии.

Основной акцент в исследовании стоит на интеграции политических измерений туризма в объекте и предмете науки об этом явлении. Основные выводы в этой связи касаются недостаточных масштабов и целенаправленности исследований политики туризма; возрастающей необходимости и важности этих исследований; необходимости интегрированного и

интердисциплинарного подхода в процессе их реализации; особого акцента не только на теоретико-методологических, но и на прикладных исследованиях в этом направлении.

В разработке впервые в отечественной науке о туризме раскрываются комплексная сущность и характерные особенности политики туризма в контексте достижений современной науки о туризме. Основной тезис в ней связан с необходимостью комплексных и углубленных исследований, на базе которых следует формировать эффективно функционирующую систему политики туризма в Республике Болгарии.

Съдържание

УДК – 336
Econ Lit – M290

ФИНАНСОВИЯТ АНАЛИЗ ПРИ ДЪЛГОСРОЧНОТО КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО

Доц. д-р Надя Костова

Рецензенти: проф. д-р ик. н. Гено Генов
доц. д-р Светлозар Стефанов

Въведение

Конкурентоспособността на предприятието е важен показател, който включва свойства и характеристики, които го отличават от други предприятия. Конкуренцията въздейства непрекъснато за обвързване равнището на възвращаемост на инвестирания в предприятието капитал с конкурентното базово равнище на възвръщаемост, която би се постигнала при условията на дългосрочно конкурентно предимство (ДКП) в един отрасъл. Стратегическата позиция на предприятието е едно направление, а не фиксирано състояние, и в този смисъл следва да се третира и разликата между оперативната ефективност и дългосрочното конкурентно предимство. ДКП се измерва и оценява и чрез инструментариума на финансовия анализ, но традиционният финансов анализ е интровертен, защото е насочен към предприятието[1]. При концентрация на анализа само върху ресурсите и върху възможността предприятието да създава парични потоци в краткосрочен план се пренебрегва дългосрочната конкурентна позиция и съществува риск от ограничен поглед, насочен единствено навътре в предприятието.

Конкурентната стратегия на предприятието се състои от три основни елемента – индустриален анализ, конкурентен анализ и стратегическо позициониране[2]. Конкурентният анализ се счита за фундаментален елемент, но на този етап все още предлага твърде оскъдни аналитични инструменти, а и съществуващите модели за измерване и анализ на дългосрочното конкурентно предимство се характеризират с липса на широта, задълбоченост и логическа подреденост. Независимо от това, именно чрез конкурентния анализ би могло да се анализира и да се направи оценка на дългосрочното конкурентно предимство[3].

---

[1] Касърова, В. Финансовият анализ като двуликият Янус. Доклад на научна конференция „Авангардни инструменти в управлението“, Разград, 2009 .
[2] Портър, М. Конкурентна стратегия. София: Класика и стил, 2010, с. 9.
[3] Fruhan, W. Financial Strategy. Homewood: Richard D. Irwin, 1997.

Целта на настоящия материал е да изведе индикатори чрез финансови показатели за измерване и анализ на дългосрочното конкурентно предимство. За изпълнение на поставената цел се определят следните задачи:

- да се рамкира концептуалния подход към измерването на дългосрочното конкурентно предимство;
- да се изведат особеностите на финансовия анализ, прилаган от гледна точка оценката на дългосрочната перспектива на предприятието;
- да се представят най-значимите финансови индикатори за дългосрочното конкурентно предимство на база информация от годишния финансов отчет на предприятието.

Разработката е направена при наличие на някои ограничения:

1. Не се изследва същността на конкуренцията в бизнеса и на конкурентното предимство, както това е направено от различни икономисти, специалисти в областта на организационната теория, теорията на управление и маркетинга.
2. Съдържанието е предимно от теоретико-методологически характер и не цели провеждане на емпирично проучване на предложените показатели за анализ на дългосрочното конкурентно предимство.
3. Извеждането на индикатори за оценка на дългосрочното конкурентно предимство е направено въз основа на елементите на финансовите отчети, без да бъдат диференцирани въз основа на приложимата база за тяхното изготвяне и без да бъде направен опит за тяхното ранжиране по значимост.

1. Изходни положения на измерването на дългосрочното конкурентно предимство

Конкурентоспособността като обект на измерване и анализ може да се оценява на няколко равнища: национално, отраслово, регионално, на равнище предприятие и на равнището на конкретен продукт. В зависимост на действието на различни условия и фактори, съществуват връзки и взаимна обусловеност между различните равнища. В настоящата разработка конкурентоспособността се разглежда на равнище, което притежава предприятието, като обект на измерване и оценка се явява дългосрочното конкурентно предимство. „Конкурентноспособността в сферата на бизнеса е състезание (съперничество) между две или повече лица (физически или юридически) както по отношение усвояването на ограничени ресурси (труд, капитал, природни и научно-технически ресурси), така и по отношение на превръщането на определена група потребители в лоялни клиенти.”[4] В широк смисъл под конкурентоспособност се разбира висока ерудиция и компетентност на едно лице в определена област, благодарение на които получава предимство пред други лица, които работят в същата област. Същевременно може да се дефинира и като способност на предприятието за преодоляване на противопоставянето в конкуренцията в краткосрочен или в дългосрочен план. Тя е изключително важен показател. Не случайно още през 1979 г. Майкъл Портър извежда петкомпонентен модел за прогнозира-

[4] Балева, В. Критерии и показатели за оценка конкурентоспособността на стоките. // Икономически алтернативи. София: УНСС, 2009, № 1, с. 7.

не на финансови затруднения. Според него състоянието на конкуренцията зависи от пет основни сили[5]: от навлизането на нови конкуренти; от въвеждането на продукти и услуги – заместители; от натиска на клиентите; от влиянието на доставчиците и от нивото на конкурентоспособност.

Взети заедно петте основни конкурентни сили обуславят интензитета на конкуренцията в даден отрасъл, както и доходността. Пренебрегването на един от тези фактори поставя предприятието пред сериозни рискове. Едно от условията за конкурентен интензитет е наличието на конкурентно предимство. За съжаление моделът на Портър тогава не е намерил изражение чрез съотносими финансови показатели, независимо от виждането, че значителна част от горепосочените фактори би могла да се измери чрез такива показатели. По-късно се развива теорията за измерване на конкурентното предимство чрез финансови индикатори.

Понятието „конкурентно предимство“ не е дефинирано единно в професионалната литература. Причината е, че с развитието на теорията за предприятието се развиват и вижданията за конкурентното предимство. В тази връзка биха могли да се отграничат три подхода в дефинирането на конкурентното предимство: структурен, ресурсен и подход на динамичните способности.

През 80-те години се разработва т.нар. структурен подход, при който конкурентното предимство се обяснява с наличието на предприятие, което въз основа на определено поведение получава силна, защитима пазарна позиция в привлекателен отрасъл[6].

Според ресурсния подход, предприятието гради конкурентното си предимство, ако притежава редки и/или дефицитни ресурси, като в понятието „ресурси“ се влага твърде широко съдържание. В тях се включват: осезаеми, неосезаеми активи и способности[7].

Според подхода на динамичните способности, конкурентното предимство се получава от комбинацията на ресурси и способности[8].

За целите на настоящата разработка конкурентното предимство не се конкретизира като условие, характеристика или резултат от конкуренцията, а се дефинира най-общо като отличителни способности на предприятието.

Самото понятие „дългосрочно конкурентно предимство”[9] не е получило конкретно дефиниране, а по-скоро са налице дискусии на отделни негови страни. Използването му в настоящата разработка не е обвързано с период от време, през който предприятието притежава такова, а в смисъл че преценките на дългосрочното състояние на предприятието се базират на историческо измерване на стойности (на показатели) за продължителен период от време (над 5 години, а в най-дългосрочен

---

[5] Porter, M. How Competitive Forces Shape Strategy. // Harvard Business Review, 1979, March/April.

[6] Виж: Станчева, А., А. Апостолов и др. Конкурентно поведение на фирмата. Варна: Наука и икономика, Икономически университет – Варна, 2006, с. 42-44.

[7] Kor, Y., J. Mahoney. Edit Penrose‘s, Contribution to the Resource- based view of Strategic Management. // Journal of Management Studies, 2004, № 1.

[8] Teese, D., A. Pisano, Schuen. Dynamic Capabilities and Strategic Management. // Strategic Management Journal, 1997, 7.

[9] Забележка: в настоящата разработка понятията „дългосрочно“, „трайно“ и устойчиво се употребяват като равностойни.

план 10 години) Именно такъв дълъг период от време дава възможност за прогнозираща способност на измерването. Данните от дългосрочното анализиране създават предварителен индикатор за предупреждение срещу възможните проблеми на предприятието. Ако в отговор на предупреждението се вземат бързи и коригиращи мерки, проблемът може да се избегне. Ако обаче се игнорират предупредителните знаци, последващото състояние се характеризира с влошаващи се финансови индикатори за дейността, респективно със загуба на ДКП.

Измерването на показателите за състоянието на даден бизнес днес, в условията на криза е още по-актуална дейност. Въпросът е защо толкова много хора живо се интересуват от оценката на хода на бизнеса. Според Хораган, причината е, че като механизъм за контрол традиционните начини за измерване са наивистични, тъй като хората, които извършват това започват да управляват процеса на самото измерване вместо самата дейност на предприятието[10]. От тази гледна точка може да се каже, че е налице стремеж към подценяване на системата за измерване. В теорията са разработени различни измерителни системи за бъдещото управление на това, което се измерва[11]. В резултат на това се налага често срещаното разбиране, че не може да се управлява онова, което не може да се измери. Подобно разбиране е твърде опростенческо. Всяко предприятие притежава основни показатели, които измерват състоянието му, като една част от тях могат да се приемат за безспорни. Системата за измерване трябва да бъде така съставена, че да позволява установяване на „здравословното състояние" на бизнеса, но не само като моментна снимка, а и от гледна точка на стабилността и сигурността в дългосрочен план.

Резултатът от измерването има три роли[12]: средство за установяване спазването на стандартите (препоръчителните нива), средство за проверка и средство за усъвършенстване. Тази представа е по-широкообхватна от традиционното схващане на измерването единствено като средство за контрол. Тези три роли не се основават на разбирането, че бизнесът може да се контролира чрез измерване, а на основата на виждането, че измерването е инструмент за подобряване на бизнеса чрез вземане на адекватни решения от заинтересованите потребители на неговите резултати.

От аспекта на дефинирането, измерването е процес на формулиране на количествен израз на минали действия и събития, чрез който се определя текущото състояние с цел да се вземат адекватни решения за бъдещето от гледна точка на ефикасността и ефективността[13]. Често във финансовия анализ тези две понятия се приемат за равнозначни. Прилагани точно в техния смисъл, ефикасността определя равнището на даден показател, а ефективността е мерило за използване на ресурсите на предприятието за постигане на определеното равнище. Разграничаването е важно, защото по този начин се определят двете фундаментални измерения

[10] Виж: Horrigan, J. A Short History of Financial Ratio Analysis. // The Accounting Review, 2008, April, pp. 284-294.
[11] Гълъбов, М. Модели за финансов анализ на фирмата. // Данъчна практика, 2011, № 2, с. 21-29.
[12] Juran, J. A Universal Approach to Managing. // The Quality Trilogy, Quality Progress, 1986, August.
[13] Lev, B. Accounting and Information Theory. American Accounting Association, Evanston III, 2009, Chap.3.

на дейността – равнището на самата дейност и на използването на ресурсите в нея. От гледна точка на предприетите действия на база резултатите от измерването, равнището на изпълнение на даден бизнес е функция и от ефикасността, и от ефективността, а самото измерване е количествено определяне на ефективността и ефикасността от минали действия и събития. Казано по друг начин, измерването може да се дефинира като метрична величина за количествено определяне на ефикасността и ефективността от минали действия и събития, свързани с дадено предприятие[14].

Началните стъпки в измерването на дейността дават приоритет единствено на количествените показатели. През 1991 г. Боб Екълс, професор в Харвардската бизнес школа, написва статия под заглавие „Манифест на измерване на дейността", в която предсказва, че през следващите 5 години всяко предприятие ще преразгледа системата и методите си за измерване на дейността. И това наистина се случва. В системите за измерване на бизнеса вече се включват както количествени, така и качествени показатели. Нещо повече, качествените показатели заемат значителен дял. Едно проучване на американските корпорации сочи, че измерването само чрез финансови показатели заема 27% от всички използвани параметри, а останалите 73% се заемат от нефинансови (качествени) показатели[15].

Специално внимание се отделя на измерването на конкурентоспособността не само от предприятията, а и от правителствата и държавните агенции по целия свят. Още през 1994 г. правителството на Великобритания излиза с „Бяла книга за конкурентоспособността", в която оповестява, че за постигане на устойчиви стопански успехи в условията на един взискателен световен пазар всяко предприятие трябва да извършва адекватно измерване на своята дейност.

Според Анди Нийл, по отношение на финансовите измервания на дългосрочното конкурентно предимство, редица изследвания сочат, че се пренебрегва дългосрочната стратегия и показателите, определящи дългосрочния успех, и се обръща внимание предимно на доходността на предприятието[16]. Критиците на традиционните измервания на дейността изтъкват, че техният фокус е остарял и насърчават само грижата за близката перспектива. Считаме, че настоящата криза направи ясно посланието, че измерването на дейността в дългосрочен план е на дневен ред сред кредиторите, инвеститорите, мениджърите, консултантите и учените. Много са причините за това, но като основни биха се посочили две. Едната е, че системите за измерване, които се използват традиционно, са морално остарели. Другата причина е наличието на непригодност на традиционните системи. Това от своя страна издига на преден план измерването на показателите за дългосрочното конкурентно предимство.

Традиционният подход при създаването на дадена система за измерване е да се обръща внимание на три неща: какви показатели да включва, какво да бъде тяхното наименование и каква формула да се приложи[17]. За да има висока полезна стойност обаче, системата трябва да вземе под внимание още редица параметри.

---

[14] Виж: Pashigian, P. Firm Size and Rate of Growth. // Journal of Political Economy, 2011, December, p. 56.
[15] Нийл, А. Перспективи за развитие на бизнеса. София: The Economist Books, 2001, с. 17.
[16] Ohmae, K. The Borderless World, Power and Strategy in the Interlinked Economy. London, 1990.
[17] Gilman, S. Analyzing Financial Statement. New York: The Ronald Press Company, 2005, p. 44.

На първо място, същността на измерването: как да го именуваме, изяснява ли наименованието му характера на измерването и неговата значимост.

Важно място заема и предназначението на измерването: защо се въвежда и какви последствия и поведение ще провокира. Целите на измерването са основополагащи, тъй като определянето им позволява изясняване на въпроси като: какво е желаното равнище на дейност; в рамките на какъв период ще бъде постигнато това равнище; как изглежда равнището на дейност, съпоставено с това на конкуренцията; конкурентноспособно ли е предприятието и бързо ли подобрява конкурентоспособността си. Самата формула, с която се извършва измерването, трябва да дава отговор на редица въпроси: как се измерва съответният показател за дейността; може ли факторите, влияещи върху резултативния показател, да се изразят математически; достатъчно ясна ли е формулата; обяснява ли точно какви данни са необходими; каква икономическа интерпретация имат получените чрез формулата резултати.

Повторяемостта предполага определяне на честотата, с която да се извършва измерването и докладването на резултатите от него, а източникът на данни е фактор за качеството на измерването и е важно от къде ще бъде взета информацията, необходима за неговото извършване.

От гледна точка на полезността е определящо и това, кой извършва измерването, кой е пряко отговорен за него и кой предприема мерки въз основа на неговите резултати.

Всички измервания следва да показват състоянието в исторически план, тъй като то има своите степени. Може да се каже, че традиционните измервания на финансовите показатели имат ограничени прогнозни възможности. Например възвръщаемостта на капитала е показател, който се измерва за всяка година, но на практика този показател е резултат от редица действия, които са извършени преди да настъпи анализираната година.

Друг сериозен проблем е, че често отсъства обединяваща връзка между възприетите от предприятието измерители и стратегията му за бизнеса. По отношение на този проблем биха могли да се вземат под внимание три момента:

- На първо място, на база исторически финансов анализ трябва да се изведат индикаторите за ДКП, които не са и които са в препоръчителните нива.
- На второ място, следва да се изведат онези показатели, които се считат за значими според конкурентната стратегия на предприятието.
- На трето място, е необходимо да се съпостави дали индикаторите, чиито числени значения не са в препоръчителните нива, са включени в показателите, представящи конкурентната стратегия, и ако не са, тя да бъде подложена на промяна.

В тази връзка се препоръчва да се извършат четири вида аналитични процедури[18]:

1. Анализ на съответствието, който оценява степента на съответствие между конкурентната стратегия на предприятието и неговите измерители.

[18] Нийл, А. Перспективи за развитие на бизнеса. София: The Economist Books, 2001, с. 61-62.

2. Анализ на сходството с цел определяне степента на съответствие.
3. Анализ на консенсуса, в който данните се анализират с цел постигане на единство между съответствие и сходство.
4. Анализ на несъответствието с цел изследването му да доведе до евентуална промяна в конкурентната стратегия.

Друг проблем, на който трябва да се отдели внимание, е дали подбраните измерители са ефикасни и дали дават правдива информация за състоянието на предприятието. Това е много сериозен въпрос, защото ако за оценката на финансовото състояние на предприятието се използват неефективни измерители, то може да бъде неправилно диагностицирано.

В съвременните условия вниманието към индикаторите за ДКП нараства. Затова финансовият анализ трябва да бъде насочен към конкурентното предимство в дългосрочен план. Равнището на конкуренция се покачва, което налага промени и в индикаторите за дейността поради следните причини:

- Налице е по-силен стремеж към отличаване на предприятието от конкурентите му, тъй като нараства и самата конкурентност на пазарите.
- Измерването на индикаторите за дейността все повече подпомага изпълнението на стратегическите цели.
- Концентрацията на определени показатели, включена в измерването, дава възможност за по-лесното запознаване на потребителите на информацията за предприятието със значимите аспекти на дейността му.

Основната цел за измерване на индикаторите за ДКП на предприятието е да се направят констатации за неговото състояние. Съществуват обаче и други причини и в професионалната литература са изведени множество такива. Независимо от разнообразието им, всяка от тях „попада в една от следните четири категории, които представляват четирите основни направления на измерването:

- за установяване на текущото състояние;
- за информиране на всички заинтересовани от това състояние;
- за потвърждаване на приоритетите и
- за задължително постигане на напредък”[19].

2. Особености на финансовия анализ при оценяване на дългосрочното конкурентно предимство

Съществуват различни подходи за избор на конкурентна стратегия на предприятието. Н. С. Носова ги изследва, като достига до извода, че като най-популярен се приема подходът, който предполага извършване на анализ на предприятието в четири направления: на конкурентната позиция, на привлекателността и стабилността на пазара и на финансовата позиция[20]. Следователно финансовият анализ е способ за установяване на финансовото състояние, който допринася за извеждане на конкурентната стратегия на предприятието. Дезмънд Мак Форън сочи, че това е най-важния анализ, тъй като той отразява ценността на фирмата, а също така и

[19] Пак там, с. 96.
[20] Виж: Носова, Н. Конкурентная стратегия компании, или маркетинговые методы конкурентной борбы. Москва: Дашков и К, 2012, с. 138.

движението на ресурсите, контролирани от предприятието[21]. Посредством резултатите от анализа следва да се даде обективна оценка на финансовото състояние и за промените, които са настъпили в него под влияние на различни външни и вътрешни фактори. От своя страна анализът е предпоставка за вземане на оптимални решения за бъдещото състояние на предприятието.

Финансовият анализ се извършва въз основа на финансовите отчети. Томас Карлин го определя като „систематическо разглеждане и оценки на информацията за получаване на достоверни изводи за миналото състояние на предприятието с цел предвиждане на неговата жизненоспособност в бъдеще"[22]. Според Б. Йонкова, той се сочи и като „процес на използване на аналитични процедури и методи за оценка на показателите, включени във финансовите отчети, за да се определят връзките и характеристиките, основните съотношения и тенденции в развитието на предприятието"[23].

В. Касърова разглежда анализа на дейността чрез два модела – счетоводен и стойностен[24], но във фокуса и на двата аналитични модела поставя финансовото състояние, дефинирано чрез способността на предприятието да финансира безпрепятствено своята дейност, постоянно да поддържа платежоспособността и инвестиционната си привлекателност.

От обследваната материя в професионалната литература може да се заключи, че сред специалистите не е постигнато общо мнение относно дефинирането на финансовия анализ, в т.ч. и при ДКП, на база разбирането, че той се третира и като оценка на финансовото състояние, и като средство за прогнозиране и като „подход за класифициране на различни показатели"[25].

Според нас организацията на анализа за оценка на ДКП на предприятието трябва да включи:

– извеждане на етапите на подготовка и провеждане на анализа;
– дефиниране на обектите на анализ;
– определяне на състава на информационната база;
– прилагане на инструменти за анализ;
– оформяне на резултатите от анализа.

В специализираната литература от различни автори[26] се извеждат различни етапи на анализа. Макар и класифицирани по различен начин, е по-лесно те да бъдат характеризирани, за разлика от дефинирането на самата система за измерване, ако тя не се приема просто като набор от метрични величини за количествено анализиране на ефикасността и ефективността на дейността. Не трябва да се пренебрегва

[21] Форън, Д. Ръководство за управление финансите на фирмата. София: Информа, 1991, с. 4-5.
[22] Карлин, Т. и др. Анализ финансовьйх отчетов (на основе GAAP). Москва: Инфра-М, 1998, с. 25.
[23] Йонкова, Б. и др. Управленски анализи в счетоводството. София: Стопанство, 2009, с. 586.
[24] Виж: Касърова, В. Финансовият анализ като двуликият Янус. Доклад на научна конференция „Авангардни инструменти в управлението" – 01.09.2009-06.09.2009, Разград.
[25] Giroux, G. Financial Analysis: a User Approach. Ley Publishing, 2003, pp. 76-84.
[26] Виж: Тодоров, Г. Финансово-счетоводен анализ на предприятието (записки). Варна: Стено, 2005, с. 18-21.; Божков, В. Интерпретация и анализ на финансовите отчети с общо предназначение. // Български счетоводител, поредица „Актуално", София, 2003, № 9, с. 31; Bernstein, L. Financial statement analysis. Boston: Homewood , 1993, p. 575.

фактът, че самата система за измерване обхваща и определена поддържаща инфраструктура, поради обстоятелството, че данните следва да бъдат: събрани, съпоставени, подредени, анализирани, интерпретирани и оповестени. В този контекст, работата по обработката на информацията в хода на измерването може да се дефинира по начин, който е представен в следващата таблица:

Таблица 1

Дейности по обработка на информацията

Дейност	Характеристика
Събиране на данни	Процес на събиране на данни
Съпоставяне на данните	Процес на натрупване на данните в единна информационна схема
Подреждане на данните	Процес на свързване на отделните факти от информационната схема в логически категории
Анализ на данните	Процес на откриване на устойчиви взаимовръзки в подредеността на информационна схема
Интерпретация на данните	Процес на изясняване на икономическото значение на дадения показател
Оповестяване на данните	Процес на огласяване на резултатите, установени от измерването

Ако някоя от тези стъпки бъде пропусната, процесът на анализиране ще бъде непълен, в резултат на което не могат да се вземат обосновани и адекватни решения от потребителите. По този начин дефиницията на анализа следва да бъде допълнена. Финансовият анализ е система за измерване, която определя в количествено отношение ефикасността и ефективността на минали действия и събития в предприятието посредством събиране, съпоставяне, подреждане, анализиране, интерпретиране и оповестяване на съответните данни с цел улесняване вземането на аргументирани решения от потребителите. Подобно дефиниране е от изключително значение, защото в противен случай терминологията, използвана в областта на финансовото анализиране е объркваща. Различните специалисти употребяват различни думи за изразяване на едни и същи концепции. Някои говорят за измерване на изпълнението, други за метричен израз на финансовото състояние, за критични фактори за успеха или за основни показатели за измерване на дейността. Всъщност за изразяване на едно и също нещо се прилагат различни словесни комбинации.

При анализа на информацията, намираща се на разположение на анализатора, биха могли да се използват различни инструменти: индекси, относителни дялове, коефициенти и др. В специализираната литература и по отношение на инструментите не е налице единно мнение[27].

Р. Каплан и Д. Нортън смятат, че „краткосрочната ориентация на много мениджъри е резултат и следствие от опитите им да постигнат такива финансови цели като: възвръщаемост на заетия капитал, доход на акция и др. Има немалко критици, които дори предлагат финансовите показатели да бъдат напълно изключени като

[27] Виж: Николов, Н. Финансов анализ. Варна: Princeps, 1996, с. 17-18.

средство за измерване на дейността на бизнес единиците. Според тях в условията на съвременната технологично и потребителски ориентирана, глобална конкуренция финансовите показатели не предоставят достатъчно добри директиви за успех. Те насърчават менидъжърите да се концентрират върху подобряване на такива показатели, като: степен на удовлетвореност на клиентите, качество, времеви цикъл, възнагражденията на служителите и тяхната мотивация. Според тяхната теория в момента, в който компаниите започнат да правят фундаментални подобрения в своята дейност, финансовите показатели ще се погрижат сами за себе си."[28]

Като най-широко прилагани инструменти за анализ на финансовите отчети се приемат коефициентите, но в последно време все повече тяхното значение се преоценява и дори съществува твърдение за „злоупотреби с тях"[29]. Те позволяват на анализатора да изучи зависимостите между различни показатели, включени в съставните части на финансовите отчети – активи, пасиви, собствен капитал, приходи, разходи и парични потоци. Независимо че съществуват различни мнения относно обхвата и съдържанието на отделните коефициенти, може да се каже, че тяхното изчисляване като че ли е по-лесната част от работата на анализатора. Попроблемно се явява тяхното тълкуване. Затова считаме, че изкуството в осъществяването на финансовия анализ зависи от два фактора:

- от селекцията на онези показатели, които са най-подходящи според целта на анализа;
- от интерпретацията на получените числени значения на показателите.

Паркър задава въпроси като: доколко да се фаворитизират коефициентите, трябва ли да бъдат пренебрегвани финансовите показатели, какви са ограниченията при използването им и много други[30]. Тези въпроси са твърде сложни и не биха позволили еднозначен отговор.

Анализирането чрез използването на коефициенти е съществена стъпка за издигане нивото и значението на финансовия анализ за различните ползватели, но не изчерпва третираната проблематика и изискванията на практиката по отношение измерването на финансовото състояние на предприятието. Използването на коефициенти е важен метод във финансовия анализ, но той има редица ограничения. Според нас, като най-важни могат да се посочат:

1. Коефициентите се изчисляват въз основа на информация от финансовите отчети и са обект на дискусии поради обстоятелството, че в последните години, особено в условията на криза, се отправят критики към рамката на финансовата отчетност и към финансовата информация, оповестена във финансовите отчети.
2. Значителна част от коефициентите се изчисляват на база информация от баланса (отчета за финансовото състояние) и от отчета за приходите и разходите (отчета за всеобхватния доход), и имат малка обвързаност с отчета

[28] Каплан, Р., Д. Нортън. Балансирана система от показатели за ефективност. София: Класика и стил, 2005, с. 43-44.
[29] Карлин, П., Т., Алберт, Р. Макмин. Анализ финансовых отчетов (на основе GAAP). Москва: Инфра - М, 1998, с. 40.
[30] Виж: Parker, R. Understanding company financial statements. London: Penguin Books, 1988, p. 54-55.

за паричните потоци, а възможността на предприятието да създава пари и парични еквиваленти и то с определена сигурност е силно зависима от генерирането на положителни нетни парични потоци.

3. На практика повечето от показателите са силно свързани помежду си[31]. Силната корелация между тях създава възможности за нюанси при тяхното изчисляване, които променят ъгъла на интерпретиране на икономическите им значения.
4. Динамиката и сравнимостта на коефициентите за няколко периода в голяма степен са силно зависими от консерватизма при прилагане на счетоводната политика на предприятието. Наличието на промени в прилаганата политика, на значими грешки в представянето на информацията, както и на евентуално прекласифициране на статии във финансовите отчети, води до затруднения, а понякога до отклонения и дори до невъзможност за съпоставяне на показателите.
5. При анализиране на резултатите от изчисляването на различните коефициенти в традиционния случай не се взема под внимание фазата на развитие на самото предприятие в рамките на икономическия цикъл. Удачно е да се дава приоритет на една или друга група от показатели в зависимост от икономическия цикъл.
6. Специфична черта за българската икономика е участието в нея на предприятия, които се определят предимно като малки и средни. Това предполага в техния предмет на дейност често да се включват различни бизнеси с различна отраслова насоченост, което силно затруднява сравнителния анализ на числените значения на показателите.

Ограниченията на коефициентите във финансовия анализ се базират предимно на финансовата отчетност. За съжаление, не на всички ограничения на финансовите показатели откликва понастоящем финансовата отчетност. Отдавна потребителите на информацията от финансовите отчети изразиха своята неудовлетвореност от това, че те предоставят информация приоритетно за миналото, както и че предоставят предимно финансова информация. Затова се дискутират въпроси за насърчаване оповестяването на информация както за бъдещата финансова ефективност на предприятието, така и за неговата т.нар. „нефинансова дейност” като оценка на продукти, клиенти, пазари и др. „Компаниите трябва да предоставят подобен тип информация, ако искат да дадат пълна картина на своите операции.”[32] Изрично се сочи, че това би станало само ако предприятията имат желание да дадат пълна картина на своята дейност. Практиката се сблъсква с липсата на такова желание за допълнителни оповестявания.

Дискусиите за несъвършенствата на финансовите отчети са много и твърде различни, но като обобщаващо значими биха могли да се изтъкнат вижданията, че:

---

[31] Касърова, В. Нов прочит на финансовия анализ от позицията на стойността, Научен ръкопис депозиран в ЦНТБ № 169, 2008, с. 21.

[32] The AICPA Special Committee Reporting, Improving Business Reporting – A Customer Focus: Meeting the Information Needs of Investors and Creditors (New York: American Institute of Certified Public Accountants, 1994), p. 9.

- финансовите отчети не могат да предоставят уместна за всички потребители информация;
- информацията от тях не предоставя достатъчна възможност за вземане на икономически решения или за адекватни такива поради обстоятелството, че е предимно историческа, т.е. представя миналото на предприятието, в някои отношения се базира на приблизителни оценки и не съдържа достатъчно насоки за бъдещото развитие на предприятието.

В тази връзка проф. Донев извежда констатацията, че е дошло времето „да се промени парадигмата относно информацията като количество, структура, съдържание и качество”[33].

Финансовите отчети и финансовите показатели трябва да продължат да играят съществена роля като сигнали, напомнящи на мениджмънта, че подобреното качество, маневреността, продуктивността и разработването на нови продукти са средства за постигане на определена цел, но само тогава, когато са обвързани и могат да доведат до повишени обеми на продажбите, оптимизирани разходи и поефективно използване на активите в условията на добра капиталова структура.

Всяка методика за анализ на определен обект се обуславя от предварително изградена за тази цел система от показатели. Необходимо е наличие на достатъчен обем информация, правилното й структуриране, както и класифицирането й в определени разрези с цел съпоставянето на отделни нейни части, с които да се постигне количествено и качествено измерване на показателите. [34]

Тук е мястото да се отдели внимание и на още един съществен момент, особено когато анализът е предназначен за оценка на ДКП. Анализирането на показателите трябва да бъде съобразено и с етапите от жизнения цикъл на даденото предприятие, като се има предвид, че във всеки един от основните етапи от жизнения цикъл финансовите цели могат да бъдат коренно различни[35].

Когато предприятието е в процес на растеж, трябва да отделя значителен обем ресурси с цел разработване и подобряване на нови продукти и услуги, създаване и разширяване на производствените мощности, инвестиции в системи, инфраструктура и мрежи по доставка и дистрибуция. Предприятията в този стадий на развитие обичайно оперират с отрицателен поток на паричните средства и с ниско ниво на възвръщаемост на инвестирания капитал. Финансовите цели в стадия на растеж се фокусират върху показателите за:

- ръст на продажбите на нови продукти и услуги и съответно към нови пазари и клиенти;
- запазване оптимално ниво на разходите за дейността.

В състояние на устойчиво развитие продължават да се извършват инвестиции, но с очакванията да се постигне висока степен на възвръщаемост на инвести-

---

[33] Донев, К. Глобални предизвикателства пред счетоводството и финансовия контрол. // Сборник с доклади от научна конференция „Предизвикателства пред счетоводството и контрола”. Варна: Наука и икономика, 2011, с. 11.

[34] Demski, J. Information Analysis, Reading. Mass: Addison-Wesley Publishing, 1982, p. 128.

[35] Zarnowitz, V. Cyclical behavior of Orders, production and Investment. National Bureau of Economic research. New York: Columbia University Press, 2010.

раните средства, поддържане на установен пазарен дял и до известна степен разширяването му. Инвестиционните проекти на този етап по-скоро са насочени към отстраняване на тесните места, разширяване на възможностите и постигане на устойчиви подобрения, а не към дългосрочни инвестиции, характерни за първия стадий. Финансовите цели в стадия на устойчиво развитие са ориентирани към традиционните методи на финансова оценка на показателите за:

- възвръщаемост на заетия капитал;
- приходи от оперативна дейност;
- брутна печалба.

В стадия на зрялост дейността вече не се нуждае от крупни инвестиции, а само от необходимия достатъчен обем капитал за поддържане на дейността. Основната финансова цел в стадия на зрялост е увеличаване на входящите парични потоци към предприятието и наличие на положителен нетен паричен поток от основна дейност.

3. Значими финансови показатели за анализиране на дългосрочното конкурентно предимство

В зората на анализа на финансовите отчети водещите анализатори са се съсредоточавали предимно върху финансовите показатели, покриващи оперативния времеви хоризонт със занижено внимание върху дългосрочната устойчивост на предприятието. Сега в епохата на силно развитие на финансовия анализ се акцентира на стратегическия времеви хоризонт и инвеститорите правят прозрение, че предприятията биха могли да се класифицират в две основни групи: такива, които притежават ДКП, и такива, които действат на силно конкурентни пазари, поради което не се считат за обект на добра инвестиция в дългосрочен план.

Стратегическото положение на предприятието зависи от различни фактори, сред които и от такива с финансов характер. В известната матрица на Мак-Кензи за стратегическото положение на предприятието като финансови фактори са представени: ниво на капиталовложенията, структура на разходите, размер на дълга, използвани мощности, доходност и платежоспособност[36]. Посочените, а и други финансови показатели са изключително важни, но въз основа на тях не следва да се прави повърхностна интерпретация. Само един или откъслечен брой показатели не може да даде представа за цялостната ситуация и тя да бъде оценена като „добра” или „лоша”. Те трябва да се разглеждат комплексно при съобразяване със спецификата на предприятието и прецизността на изготвяне на финансовите отчети, които се включват в анализирания дългосрочен период. Когато се забележат значими изменения и отклонения във финансовите показатели за изследвания времеви период (5–10 години) е необходимо да се търсят причините, довели до тези промени[37]. Затова по наше мнение, измерването на дългосрочното конкурентно предимство следва да се осъществи на база значимите показатели, съдържащи се

[36] Носова, Н. Конкурентная стратегия компании, или маркетинговые методы конкурентной борбы. Москва: Дашков и др., 2012, с. 53–55.

[37] Виж: Brett, Mi. How to read financial pages. London: Business Books, 1991, pp. 50-52.

в основните съставни елементи на годишния финансов отчет: счетоводния баланс (отчета за финансовото състояние), отчета за приходите и разходите (отчета за всеобхватния доход) и отчета за паричните потоци.

3.1. Оценка на дългосрочното конкурентно предимство на база счетоводния баланс (отчета за финансовото състояние)

Показателите, които характеризират имуществената структура (като отношение на нетекущите и текущите активи към стойността на цялото имущество), дават известна представа за състоянието на предприятието. В литературата е прието да се наричат още показатели за интензивност (интензитет) на имуществото. Дали интензитета на нетекущите активи ще превишава този на текущите, зависи до голяма степен от отрасловата принадлежност на предприятието.

Сред нетекущите активи трябва да се отделя достатъчно внимание на дълготрайните материални активи (ДМА), съществуващи най-вече като имоти, машини и оборудвате. P. J Garfield посочва, че ДМА са изключително важни за дейността на предприятието, но колкото по-голям е относителният им дял, толкова по-голяма е величината на т.нар. „постоянни разходи" (амортизации, разходи за експлоатационна поддръжка, ремонт, местни данъци и такси, застраховки и др.)[38]. С най-голям относителен дял на дълготрайните материални активи са отраслите транспорт (60–70%) и енергетика (40–45%), а с най-малък – търговията (25–30%)[39]. За относителния дял на ДМА в размера на активите има значение дали самото предприятие се оценява като предприятие с липса на дългосрочно конкурентно предимство, или с наличие на такова. Предприятия, които нямат дългосрочно конкурентно предимство, непрекъснато трябва да влагат средства в обновяване на своите сгради, машини, и оборудване, преди напълно да са се изхабили, с цел да запазят конкурентоспособността си. Докато предприятия с трайно ДКП не се нуждаят от това и правят реконструкции и модернизации, когато ДМА са се амортизирали достатъчно.

Едно от средствата за неутрализиране в известен смисъл на неблагоприятното влияние на сравнително големия относителен дял на дълготрайните материални активи като бавно ликвидни активи в общата сума на активите е подходящата амортизационна политика. Изключително важно място в нея заема прецизното определяне на предполагаемия полезен живот на активите. От наблюденията на българската практика може да се заключи, че много често се определят амортизационни норми, равни на регламентираните такива, за целите на корпоративното облагане според ЗКПО, без да се отчита реалният полезен живот на дадения актив.

По отношение на ДМА съществува и още един проблем: за източника на средства, с които се финансират новите сгради, машини, оборудване и др. Този въпрос също следва да се обвърже с ДКП на предприятието. Ако е налице, то тогава обичайно новите ДМА или техните подобрения се финансират от собствени източници, а в обратния случай се прибягва към ползване на заемни средства. Затова

---

[38] Garfield, P. Accounting for Land, Building and Equipment. // The Accounting Review, 2004, July, pp. 693-699.

[39] Виж: Георгиев, В. и др. Как да анализираме финансовото състояние на предприятието. Варна: Викон, 1992, с. 8.

може да се изчисли един показател за тяхното финансиране с източник – продължително използвани средства, т.е. с постоянен капитал[40], като стойността му се отнесе към ДМА. В теорията като общ норматив за показателя се приема коефициент минимум единица[41], при който продължително използваните ресурси превишават наличните дълготрайни активи.

М. Бъфет и Д. Кларк извеждат и още едно съображение, обвързващо видовете продукти, които произвежда предприятието и инвестициите в ДМА. „Еднаквият продукт означава, че не е необходимо да се харчат огромни пари за подобряване на сградите и оборудването, само и само да продължат да бъдат конкурентоспособни, а това освобождава значителни средства за други печеливши начинания." [42]

Специално внимание в преценките на конкурентоспособността според В. Ф. Палий се отделя на измерването на интелектуалния капитал[43]. При оценката на пазарната стойност на предприятието се счита, че тя се състои от два вида капитал: финансов и интелектуален[44]. Интелектуалният капитал от своя страна включва капитал в човешки ресурси и структурен капитал (капитал от клиенти и организационен капитал). Счита се, че по своята природа интелектуалният капитал е вътрешно неподатлив на количествено определяне, но с развитието на информационното общество и на икономиката на знанието той се превръща в показател, заемащ съществен дял от ресурсите на предприятието и подлежащ на количествено измерване. Най-елементарният начин за измерването му е чрез извеждане на разликата между пазарната стойност на предприятието и балансовата стойност на нетните му активи (собствения капитал). За предприятие, чиито акции са публично търгуеми, пазарната стойност е равна на броя акции в обращение по борсовата стойност на една акция. Стойността на предприятия, които не са публични, се изчислява чрез настоящата стойност на бъдещите му парични потоци. Този подход поражда два основни проблема. Първият е, че стойността на предприятието се основава на прогнозни данни. Вторият проблем възниква при формулиране на икономическото значение на показателя, когато балансовата стойност е по-висока от стойността на предприятието и разликата се проявява като отрицателно число, т.е. интелектуалният капитал се проявява с отрицателна стойност. Това е логически невъзможно, защото дадено предприятие може да няма интелектуален капитал или той да бъде без стойност, но не може да притежава отрицателен интелектуален капитал. В този случай е подходящо при интерпретирането на численото значение на показателя, интелектуалният капитал да се приеме за нула.

От гледна точка на интелектуалния капитал, дълготрайните нематериални активи (ДНА) са интересен обект за оценяване и анализ. Не случайно за тях се говори като за „оценяване на неоценимото". Причините за това са няколко. Обикновено оценката на стойността им е силно затруднена и създава възможност за

[40] Постоянният капитал е сумата на собствения капитал и нетекущите пасиви на предприятието.
[41] Чуков, Кр. Финансово-стопански анализ на предприятието. София: Тракия-М, 2003, с. 180.
[42] Бъфет, М., Д. Кларк. Уорън Бъфет и анализът на финансовите отчети. Изток – Запад, 2011, с. 101.
[43] Виж: Палий, В. Стойността на нематериалния капитал в постиндустриалната икономика. // ИДЕС, 2011, № 6, с. 9-18.
[44] Нийл, А. Перспективи за развитие на бизнеса. София: The Economist Books, 2001, с. 31.

злоупотреби, които са известни в бизнес практиката. Освен това според приложимите стандарти за изготвяне на финансовите отчети не е позволено ДНА, които са вътрешно създадени от предприятието, да се признават и отразяват във финансовите отчети. Това е изключително важно от гледна точка на анализа, защото съществуването на такива активи увеличава дългосрочното предимство пред конкуренцията, но то остава скрито за инвеститорите, което от своя страна означава за целите на инвестирането да се измери „скритото предимство" и да се включи в оценката на стойността на предприятието. Тъй като не може да се измери пряко, считаме, че може да се извърши сравнителен анализ на отчета за приходите и разходите (отчета за всеобхватния доход) за последните 10 години, като постоянството в способността да се генерират доходи, доходността на предприятието за толкова продължителен период от време би показало трайното конкурентно предимство и съпътстващия го дългосрочен потенциал за печалба.

Наличието на дългосрочни инвестиции в счетоводния баланс (отчета за финансово състояние) предоставя информация за инвестиционната нагласа на предприятието. Ако инвестициите имат пазарна цена, е естествено тази цена да се сравни с балансовата стойност на дългосрочната инвестиция. Освен това за анализа на ДКП е важно да се обследва и финансовото състояние на самото предприятие, в което е инвестирано, както и дали инвестицията е в предприятие с ДКП, или в такова, което развива дейността си на силно конкурентни пазари[45].

Текущите активи, наричани още „краткотрайни", имат специално значение за оперативния цикъл на предприятието. Повтарящият се цикъл: пари→материални запаси→вземания→пари, генерира доходите за предприятието. Всеки един от елементите на цикъла на текущите активи дава представа за икономиката на предприятието. Считаме, че тези активи, разглеждани просто като краткотрайни активи, не могат да имат пряко отношение към трайното конкурентно предимство, но анализирането им за продължителен период от време (5–10 г.) би могло да спомогне за неговата оценка.

Материалните запаси са една деликатна категория текущи активи, защото някои от тях притежават риска да „остаряват". При предприятия, характеризиращи се с трайно конкурентно предимство, материалните им запаси и най-вече тяхната продукция и стоки „не се променят" и не подлежат на „морално стареене". Тази бизнес логика се подплатява с финансови показатели, изразяващи промени в материалните запаси и в нетната печалба за продължителен период от време. В предприятия с ДКП тези два показателя, анализирани за такъв период, имат възходяща тенденция. Възходящото изменение е индикатор за това, че предприятието е намерило печеливш начин да увеличи продажбите си, като ръстът в продажбите е предизвикал увеличение на материалните запаси. „Производствени фирми с материални запаси, които няколко години нарастват бързо, а после точно толкова бързо намаляват, са най-вероятно фирми, попаднали в силно конкурентни отрасли, подложени на пикове и сривове."[46]

---

[45] Виж: Levy, H., M. Sarnat. Investment and Portfolio Analysis. New York: John Wiley & Sons, 2002, pp. 32-49.

[46] Бъфет, М., Д. Кларк. Уорън Бъфет и анализът на финансовите отчети, София: Изток – Запад, 2011, с. 92.

Текущите вземания са интересна категория като обект на анализ. Трудно събираемите и несъбираемите вземания подлежат на обезценка, в резултат на което в баланса се представят с разликата между номиналната им стойност и начислената обезценка (нетна стойност на вземанията). Финансов индикатор за преценка на дългосрочното предимство се явява по-ниският процент на нетната стойност на вземанията спрямо обема на нетните приходи в сравнение с конкурентни предприятия за продължителен времеви хоризонт[47].

Най-големият проблем на вземанията, особено в условията на криза е тяхната събираемост, която може да се изчисли чрез показателя „период на събиране на вземанията в дни“, като средната стойност на вземанията се раздели на нетния размер на приходите от продажби и полученото число се умножи по 365. Период до 30 дни е оптимален показател за тяхната събираемост. При предприятия, работещи в силно конкурентни отрасли, често събираемостта е около и над 120 дни, в резултат на което при тях може да се наблюдава ръст на продажбите, но и на търговските вземания.

Анализът на представените в счетоводния баланс парични средства, налични през стратегическия времеви хоризонт (5–10 г.), означава много. В случай че в дългосрочен план предприятието е поддържало висок и нарастващ размер на паричните средства, това предполага заключението, че то:

- има конкурентно предимство, което е довело до растежа на наличните пари;
- току що е продало бизнес или част от него (предприятие като съвкупност от права, задължения и фактически отношения) или
- е имитирало нови акции или облигации.

Обичайно ниският размер на паричните средства води до предположението, че предприятието има слаб икономически фундамент. В обратния случай, когато парите „започват да се натрупват”, пред мениджмънта на предприятието стои проблема как да се инвестира „излишъка“. Традиционни начини за инвестиране на „паричния излишък” са: разширяване на дейността, закупуване на нов бизнес, инвестиции в ценни книжа, обратно изкупуване на ценни книжа (акции) и изплащане на дивиденти.

При обследване на продължителен период от време ДКП би било налице, ако високият ръст на паричните средства е съпроводен с нисък ръст на задълженията (особено краткосрочните). Така може да се прецени дали „паричният резерв” е в резултат на извънредно, необичайно и не често повтарящо се събитие, или е бил създаден от обичайната дейност на предприятието.

Общият размер на текущите активи има важна роля във финансовия анализ на ликвидността при ДКП. В практиката често се поставя знак на равенство между понятията ликвидност и платежоспособност. За правилната интерпретация на ликвидността е необходимо да се разграничат тези две понятия. Съгласно Общите приложения към МСС, „ликвидността е наличността от парични средства в близкото бъдеще след отчитане на финансовите задължения за същия период”, а „платежоспособността е наличност на парични средства за посрещане на финансови задъ-

[47] Treynor, J. The Trouble with Earnings. // Financial Analysts Journal, 2002, September-October, p. 43.

лжения в дългосрочен план”. Съществува мнение, разглеждащо ликвидността от три аспекта, посочени като разновидност на един от финансовите рискове – ликвидния риск[48]. Това е по-разширено тълкуване на ликвидността, което обхваща способността на предприятието:

1) бързо да реагира на неочакваните финансови проблеми;
2) да увеличава активите си при нарастване обема на продажбите;
3) да погасява краткосрочните си задължения чрез превръщане на активите си в парични наличности.

Безспорно едно такова разглеждане на ликвидността има своите приноси за оценката на ДКП, но като че ли някои от аспектите на ликвидността са трудно определими. Например, кои биха били конкретните количествени показатели, чрез които би се измерило бързото реагиране на предприятието на неочаквани финансови проблеми. Такива качествени характеристики като „бързо реагиране” и „неочаквани финансови проблеми” са по принцип трудно измерими с количествени показатели. Второто направление също буди някои размишления, защото обичайно (макар и не винаги) нарастването на обема на продажбите е съпроводено с нарастване на активите, но въпреки това е възможно предприятието да не подобри значително своята ликвидност. Обратното също невинаги предполага влошаване на ликвидността. Налице са случаи, при които намалява обемът на продажбите, намаляват текущите активи, но ликвидността се запазва или дори се подобрява.

Независимо че ликвидността на практика е част от платежоспособността, според В. Божков не винаги влошената ликвидност предполага влошена платежоспособност или добрата ликвидност да предполага и добра платежоспособност[49].

При анализа на ликвидността, отношението на текущите активи към текущите задължения е известно като коефициент на обща/текуща ликвидност. Колкото по-голям е от единица, толкова по-ликвидно е предприятието. Ако коефициентът е по-малък от единица, се приема, че за предприятието се очакват затруднения при погасяване на краткосрочните му задължения[50]. Същевременно при много предприятия, с трайно конкурентно предимство, твърде често техният коефициент за текуща ликвидност е под тази „вълшебна цифра“. Това означава, че те биха имали затруднения при изплащане на текущите задължения. В действителност тяхната способност да генерират печалби е толкова голяма, че лесно могат да покриват краткосрочните си задължения. Причината за тази аномалия е огромната покупателна способност, която трайното конкурентно предимство създава, т.е. състоянието на икономическия фундамент на предприятието е такова, че не изисква буфер от парични средства.

По наше мнение следва да се прецизира и значението на още един проблем. Предприятие с ДКП поради голямата си способност за печалба може да изплаща дивиденти и да прави обратно изкупуване на акции. И двата вида операции намаля-

---

[48] Виж: Карлин, П., Т. Алберт, Р. Макмин. Анализ финансовы отчетов (на основе GAAP). Москва: Инфра-М, 1998, с. 28.

[49] Виж: Божков, В. Интерпретация и анализ на финансовите отчети с общо предназначение. // Библиотека български счетоводител, поредица „Актуално”, 2003, № 9, с. 39.

[50] Williams, J., S. Haka, M. Bettner. Financial and Managerial Accounting. McGraw- Hill, 2005, p. 610.

ват размера на наличните пари, което при равни други условия води до коефициент на текуща ликвидност под единица. Но именно наличието на ДКП и последователността в реализирането на печалбата спомага да се посрещнат текущите задължения, без опасност от сътресение в резултат на цикличността в икономиката и рецесиите.

За оценката на финансовата стабилност на предприятието е важен и показателят „коефициент на финансиране на текущите активи“, изразяващ отношението между нетния оборотен капитал и текущите активи. Този коефициент показва как са финансирани краткотрайните активи. Ниските му стойности (или отрицателната му стойност) са индикатор за проблеми с финансирането на текущата дейност на предприятието.

Както вече се посочи, в процеса на осъществяване на оперативния цикъл на предприятието, средствата, вложени в текущи активи извършват непрекъснат кръгооборот. Колкото по-бързо се осъществява кръгооборотът, толкова по-малко по размер средства ще са достатъчни за нормалното протичане на стопанската дейност на предприятието. Индикатор за това е „коефициентът на обръщаемост на текущите активи в дни“. Изчислява се като отношението на средния размер на текущите активи и нетните приходи от продажби се умножи по 365. Ефектът от ускоряването, респ. забавянето на обръщаемостта на текущите активи, намира израз в сумата на освободените, (респ. допълнително ангажираните) средства.[51]

Общият размер на всички активи на предприятието (текущи и нетекущи) е важен за оценка на способността му да ги оползотворява ефективно, което води до стабилност на ДКП. Финансовите анализатори са извели коефициент на възвръщаемост на активите като измерител на продуктивността на предприятието на база отношението на нетната печалба и размера на всички активи. Коефициентът на рентабилност на активите, наричан още капитализация на активите или икономическа рентабилност, показва печалбата (загубата), която се генерира от 1 лев активи. Той характеризира възможността на предприятието да реализира печалба от използването на активите. По-ниските стойности сочат, че употребата на активите не е достатъчно ефективна. Тъй като финансовият резултат е интервален показател, активите също трябва да се представят като интервален показател чрез изчисляване на осреднения им размер.

Анализаторите считат, че е толкова по-добре, колкото по-висока е възвръщаемостта на активите, но прекалено високата възвръщаемост на активите (над 40%) може да е знак за уязвимост на дългосрочното конкурентно предимство на предприятието[52]. Поуката е, че в дългосрочен план понякога повече може всъщност да означава по-малко[53].

Дългосрочните задължения са важни за преценката на дълготрайното конкурентно предимство. Като правило, предприятия с ДКП се нуждаят от малък размер или въобще нямат необходимост от ползване на дългосрочен привлечен ре-

[51] Вж: Кръстьо, Ч. Финансово-стопански анализ на предприятието. София: Тракия-М, 2003, с. 187-189.
[52] Бъфет, М., Д. Кларк. Уорън Бъфет и анализът на финансовите отчети. София: Изток – Запад, 2011, с. 112.
[53] Koch, R. The 80/20 revolution. How you can create and capture wealth and wellbeing. London: Nicholas Brealey Publishing, 2002.

сурс. Поради това предприятия, които притежават ДКП, нямат дългосрочни задължения, защото са достатъчно печеливши и на практика самофинансират дейността си. „Следователно едно от нещата, които ни помагат да открием изключителни дружества, е сумата на дългосрочния дълг, отразена в балансовите им отчети. Ние не се интересуваме само от текущата година, искаме да видим отчетеното в балансовия отчет на компанията дългосрочно дългово бреме за последните 10 години. Ако за 10 години предприятието е ползвало малък или не е ползвало дългосрочен ресурс, то има значително конкурентно предимство.“ [54]

Текущите задължения като правило са по-евтини от дългосрочните. Обичайно с краткосрочен привлечен ресурс следва да се финансират текущи активи. Обратното може да предизвика финансови проблеми за предприятието. Анализаторите следва да се отнасят с резерви към предприятия, чиито текущи задължения са по-големи от нетекущите.

Трябва да съществува определена пропорция и между текущите активи и ангажирания в предприятието привлечен капитал. „Едно предприятие има здрави финансови основи, когато сумата на краткотрайните активи надвишава сумата на дълговете поне с 5–10%. Безпрепятственото функциониране на предприятието се осигурява, когато към всеки момент на погашение на задълженията, то разполага с достатъчно ликвидни средства.”[55]

Друг важен показател, който има резултативен характер (активи минус пасиви), е собственият капитал. Това понятие се приема за идентично с термини като: „нетни активи“, „нетна стойност на предприятието“, „нетно богатство” или „балансова стойност на бизнеса“. Сумата на собствения капитал е изключителна ценен показател. Освен това той се проявява и като факторен показател, който позволява да се изчислят редица други резултативни показатели, от които също се съди за дългосрочното конкурентно предимство на едно предприятие.

Капиталовата секция е свързана с редица показатели, един от които са изкупените собствени акции[56]. Предприятия, обратно изкупили своите акции, нямат право на глас в общото събрание на дружеството, нито право на дивидент[57]. В резултат на изкупуването може да се окаже, че собственици, които имат по-малко от 50% от правото на глас, на практика упражняват контрол върху дружеството. Присъствието на обратно изкупени акции често е налице в предприятия с ДКП поради това, че те имат свободни пари, които използват за обратно изкупуване. На практика обратно изкупените собствени акции намаляват собствения капитал. Необходимо е да се обследва причината за обратното изкупуване, защото високата стойност на показателя се обвързва с ДКП.

Елемент на собствения капитал е основният капитал**.** Специално в акционерните дружества той би могъл да бъде разпределен в обикновени и привилегировани акции, които се отразяват по номинална стойност. Притежателите на привилегиро-

[54] Бъфет, М., Д. Кларк. Цит. съч., с. 124.
[55] Бъфет, М., Д. Кларк. Цит. съч., с. 9.
[56] Предприятия, прилагащи МФСО, представят изкупените собствени акции в счетоводния баланс (отчета за финансовото състояние) в секцията на собствения капитал с отрицателен знак.
[57] Виж: чл. 187 а от Търговския закон. // ДВ, № 48, 1991, посл. изм. ДВ, № 60, 2012.

вани акции нямат право на глас, но при формиране на печалба получават дивидент, който се изплаща преди изплащане на дивидента на притежателите на обикновени акции. Предприятия с трайно ДКП обикновено нямат привилегировани акции. Привилегированите акции са основен капитал, но имат много специфичен характер, тъй като капиталът, разпределен в привилегировани акции, се посочва в капиталовата секция (като собствен капитал), но на практика функционира като дълг, защото срещу привилегированите акции задължително се изплащат дивиденти (при наличие на печалба).

Сумата на общите пасиви е важно число, което служи за изчисляване на финансовата структура чрез съотношението на пасивите към собствения капитал. Това отношение в исторически план винаги се е използвало за преценка на това, дали предприятието използва дълг за финансиране на дейността си, или се финансира от собствени източници. Коефициент, по-малък от единица, означава, че предприятието покрива целия привлечен капитал със собствен. Въпреки това за този показател е трудно да се препоръчват точно определени стойности. Трябва да се вземат под внимание още и редица фактори[58] като: размер на предприятието, характер на притежаваните активи, отрасъл, предмет на дейност и рентабилност.

Предприятие с ДКП използва способността си да генерира печалба, с която да се самофинансира. Следователно, при равни други условия, такова предприятие би трябвало да притежава по-високо ниво на собствен капитал и по-ниско ниво на пасивите. Предприятие, което не е с високо конкурентно предимство, използва дълг, за да финансира дейността си, при което в такова предприятие собственият капитал е с по-ниско ниво от сумата на пасивите. Трябва да се отбележи още една особеност при използване на съотношението: дълг към собствен капитал за предприятие, което има ДКП. Неговият икономически фундамент е толкова добър, че то не се нуждае от голям размер на собствен капитал, за да финансира дейността си.

Както вече се посочи, дружества с ДКП поради високата си доходност често пристъпват към обратно изкупуване на акциите си. Това води до увеличаване на численото значение на коефициента: дълг към собствен капитал, като на пръв поглед изглежда, че е налице предприятие, което не притежава трайно конкурентно предимство. По тази причина е целесъобразно за предприятия, които имат изкупени собствени акции, размерът на собствения капитал да бъде коригиран за целите на анализа, като сумата на изкупените собствени акции се прибавя към собствения капитал (в предприятия, прилагащи МСФО). С коригираната стойност се извършва ново съотнасяне на дълга към собствения капитал. Предприятия с ДКП имат съотношение на дълга към собствения капитал (включително с коригирания размер) по-ниско от 80%. т.е. колкото отношението е по-ниско, се счита, че е по-добре за икономическия фундамент на предприятието[59].

Анализът и интерпретирането на показателите за финансова независимост дават пълна представа за платежоспособността на предприятието и за намиране на оптимален баланс между собствения и привлечения капитал съобразно конкрет-

[58] Виж: Николов, Н. Финансови отношения. София: 26 Февруари, 1991, с. 14.
[59] Бъфет, М., Д. Кларк. Цит. съч., 2011, с. 131.

ната икономическа обстановка. Кредиторите и собствениците отдават голямо значение на тези показатели с оглед защита на интересите си. В някои литературни източници[60] се препоръчва привлеченият капитал да възлиза на около 1/3 от общия капиталов ресурс, т.е. собственият капитал да бъде около 60–70%, а привлеченият – съответно 30–40%. Ако привлеченият капитал е около 80% от общия капиталов ресурс, предприятието се преценява като неплатежоспособно.

Нетната печалба е другият елемент на собствения капитал. Три са основните направления на нейното използване: за изплащане на дивиденти, за оставане в предприятието с цел поддържане растежа на бизнеса му и в акционерните дружества – за обратно изкупуване на акции.

Ако неразпределената печалба остане в предприятието, тя може значително да подобри неговия икономически фундамент. Наличието на неразпределена печалба в баланса (отчета за финансовото състояние) би могло да се използва за преценка на ДКП. То е налице, ако предприятието добавя нови неразпределени печалби и увеличава нетната си стойност. Именно темпът на растеж на неразпределените печалби е добър показател за наличието на ДКП. Колкото повече неразпределена печалба се задържа от предприятието, толкова повече расте общата сума на неразпределената печалба, което от своя страна увеличава темпа на нарастване на бъдещите доходи.

Най-голямо значение за света на инвестициите има показателят „печалба на една акция (1 дял)“[61] като отношение на неразпределената печалба и броят на акциите в обръщение (броят на дяловете) към края на отчетния период. Показателят има важно значение за инвеститорите, тъй като численото значение би показало, в случай че бъде разпределена цялата печалба за дивиденти, колко лева би получил всеки един от тях, умножавайки притежаваните от него акции (дялове) по печалбата на единица. Този показател би служил и за ориентир за собствениците, ако имат намерение да продават своето участие в дружеството.

Създаването и изменението на собствения капитал може да се дължи на четири източника. Единият е първоначално набавеният капитал при конституиране на предприятието, вторият е последващото му увеличение чрез емитиране на нови акции или дялове, третият е чрез промяна в резервите и най-важният е четвъртият източник – натрупаните неразпределени печалби. Собствениците на капитала са заинтересовани от способността на мениджмънта да управлява собствения капитал. По този повод е създаден коефициентът на възвръщаемост на собствения капитал, който е показател предимно за ефективността на мениджмънта. За целите на анализа на ДКП трябва да се изчисли отношението на нетната печалба към коригирания размер на собствения капитал с изкупените собствени акции с цел определяне на възвръщаемостта му. Към този показател, изразяващ степента на доходност на собствения капитал, наричан още „коефициент на рентабилност на собствения капитал“, проявяват изключителен интерес собствениците. Те се интересуват от рисковете, които са поели като вложители, както и от възвръщаемостта

[60] Николов, Н. Финансови отношения. София: 26 февруари, 1991, с. 3.
[61] Виж: Добинс, Р., Ст. Уит. Практически съвети на финансов мениджмънт. София: Аксана, 1995, с. 21.

на вложения капитал. Ефективността от използване на собствения капитал расте поради увеличение на печалбата, падаща се на 1 лв. собствен капитал при запазване на общата величина на капитала. Когато рентабилността на собствения капитал е по-висока от общата норма на възвръщаемост в икономиката, измерена чрез основния лихвен процент, тогава влагането му в дейността е оправдано и ефективно.

Предприятия, които притежават конкурентно предимство, имат възвръщаемост на собствения капитал над средната (20–35%)[62]. Високата възвръщаемост на собствения капитал означава, че то оползотворява добре неразпределената печалба. С времето високата възвръщаемост увеличава реалната стойност на бизнеса, което при публично търгуеми компании покачва цената на акциите. Въпреки това следва да се изтъкне още една особеност – предприятия с изключително високо ДКП не е необходимо да „задържат" печалбата си за самофинансиране, а могат да я изплащат като дивиденти. При тях не се наблюдава нарастване на възвръщаемостта на собствения капитал, но независимо от това, те са в добро финансово състояние и добра платежоспособност. Такива предприятия биха могли да се разграничат от други, които нямат конкурентно предимство, на база анализ на показателите за годишната нетна печалба и разпределените дивиденти за последните 7–10 години. Ако ежегодно се генерира печалба с определен темп на нарастване и ежегодно се разпределят дивиденти, то въпреки всичко предприятието следва да се идентифицира като такова с високо конкурентно предимство.

3.2. Оценка на конкурентното предимство на база отчета за приходите и разходите (отчета за всеобхватния доход)

Инвеститорите, търсейки предприятия с ДКП, по принцип започват с анализ на отчета за приходите и разходите (ОПР) (отчета за всеобхватния доход (ОВД), въз основа на който се преценява същината на „икономическия му двигател". Може да се каже, че източникът на печалба винаги е по-важен за инвеститорите, отколкото са самите доходи. Следва да се има предвид, че за целите на финансовия анализ като инструмент за оценяване на ДКП, изключително значение има начинът на представяне на информацията от ОПР (ОВД) в следните направления:

1. Приходи от оперативна дейност
2. Себестойност на продажбите на стоки, продукция и/или услуги
3. Брутен финансов резултат (т. 1 – т. 2)
4. Търговски, общи и административни разходи
5. Разходи за изследвания и развойна дейност
6. Разходи за амортизация обезценка
7. Общо разходи за оперативна дейност (т. 4+5+6)
8. Оперативна печалба (т. 3 – т. 7)
9. Разходи за лихви – нетно
10. Печалба (загуба) от продажба на активи
11. Други приходи (разходи) – нетно
12. Печалба преди облагане с данъци (т. 8 – т. 9 – т. 10 – т. 11)

[62] Бъфет, М., Д. Кларк. Цит. съч., 2011, с. 146.

13. Данъци за сметка на печалбата

14. Нетна печалба (т. 12 – т. 13)

Важен показател е брутната печалба, като въз основа на нея се изчислява коефициентът на рентабилност на приходите като отношение на брутната печалба към приходите. Колкото по-висока е брутната доходност, толкова по-ефективни са управлението и дейността на бизнеса. Брутната доходност е различна за различните дейности. Тя дава възможност да се прецени в синтезиран аспект състоянието на бизнеса, тъй като от данните само за абсолютния размер на продажбите, разходите и печалбата може да се получи погрешна представа.

Според М. Бъфет и Д. Кларк, предприятия с изключително високо конкурентно предимство имат коефициент на рентабилност на база брутна печалба между 40% и 80%, докато такива, които нямат такова, реализират рентабилност на приходите по-малка от 20%[63]. ДКП предполага висок коефициент на рентабилност на приходите, което дава възможност на предприятието да продава на цени, които са значително по-високи от себестойността на продаваните продукти и услуги. Предприятия с ниско конкурентно предимство или без такова, занижават цената на продуктите и услугите, които продават, поради което имат ниска рентабилност на приходите, а от там и на печалбата. Изчислен, коефициентът на рентабилност само за една година не би могъл да даде представа за конкурентното предимство в дългосрочен план. За да се оцени трайното конкурентно предимство, трябва да се проследят годишните коефициенти на рентабилност на приходите последователно за последните пет-десет години.

Числото на нетните приходи само по себе си не е значим показател, но съотнасянето му с нетната печалба за съответната година дава съществен принос върху преценката на ДКП. Ако в едно предприятие за продължителен период от време нетните печалби надхвърлят 20% от общите приходи, то вероятно това предприятие е с ДКП. Ако предприятието е с относителен дял на нетната печална към приходите по-малък от 10%, най-вероятно браншът е със силна конкуренция, при което работещите в него предприятия не притежават ДКП[64].

Едно предприятие може да изгуби ДКП, ако неправилно управлява своите разходи за оперативна дейност. Като процент от брутната печалба тези разходи варират значително в отделните предприятия. Важно е относителният им дял от брутната печалба последователно през годините да се запазва. Ако този относителен дял започне значително да нараства, то е плод на намаление на приходите и/или увеличение на разходите, поради което те „изяждат” все по-голям дял от брутната печалба. Когато се преценява ДКП, колкото по-ниски са разходите за оперативната дейност, толкова по-добре. „В света на бизнеса всяка стойност под 30% се счита за отлична. Предприятия с относителен дял на разходите за оперативна дейност в брутната печалба над 80% или близки до 100% работят в отрасъл със силна конкуренция.“[65]

Дълготрайните материални и нематериални активи се изхабяват или обезценяват, в резултат на което се начисляват разходи за амортизация и обезценка. На-

[63] Пак там, с. 47-48.
[64] Пак там, с. 74-75.
[65] Пак там, с. 52.

числените разходи за амортизация и обезценка се разпределят към дохода за дадената година. Тези разходи в годината на начисляване не изискват паричен поток.

Разходи за лихви се начисляват в резултат на ползван лихвен дълг като инструмент за финансиране на дейността. Тези разходи нямат характер на оперативни разходи, тъй като не са обвързани с производствените или търговските процеси на предприятието, а са с финансов характер. Когато в индивидуалния финансов отчет на едно предприятие са отразени разходи за лихви с висок размер и заемат значителен относителен дял от оперативната печалба, то това предприятие не притежава трайно конкурентно предимство, а работи в отрасъл, в който са необходими големи капиталови вложения. Като правило може да се каже, че в предприятие с висок ДКП относителният дял на разходите за лихви в оперативната печалба е по-малък от 15%[66].

Във финансовия анализ във връзка с разходите за лихви, обезценки и амортизации е създаден показател, именуван „Печалба преди лихви, данъци, обезценка и амортизации“ (Earnings before income tax, depreciation and amortization = EBITDA), при който тези разходи се прибавят към печалбата. Може да се каже обаче, че в известен смисъл, този показател деформира представата за ДКП, защото така или иначе след напълно амортизиране на даден материален или нематериален актив трябва да се намерят парични средства за закупуване на нов с аналогични функции.

Финансовият резултат (ФР) изразява в паричен измерител общия икономически резултат за годината на предприятието. Отношенията между различните потребители към финансовия резултат имат сложен и често противоречив характер[67]. Значението на финансовия резултат и по-специално на печалбата се определя като жизнено важна икономическа функция на всяка икономика[68].

Относно правилното възприемане на икономическото значение на ФР са изказани мнения, че той не се явява „съвършено безупречен измерител”[69]. По наше мнение могат да се изтъкнат различни причини за това:

1. Във финансовия резултат за текущия период се отразяват някои приблизителни оценки, направени от ръководството на предприятието, които са зависими от изхода на бъдещи събития. Възможно е тези събития въобще да не се случат или да имат друго влияние върху финансовото състояние на предприятието, различно от направените предположения.
2. Приложимите стандарти за финансово отчитане предлагат някои алтернативни подходи и методи на отчитане, които водят до различия на влиянието им върху финансовия резултат. Например ако две предприятия приложат различни подходи на преоценка за един и същ обект на отчитане, имащ отношение към финансовия резултат, то те при равни други условия биха оповестили различен финансов резултат.
3. Финансовият резултат е зависим от целите и дори от опита и квалификацията на съставителите и на ръководството, отговорни за изготвяне на финан-

[66] Пак там, с. 64.
[67] Виж: Джаксън, С. Финансовите измами на големия бизнес. София: ИнфоДар, 2007.
[68] Американски счетоводни системи и стандарти (превод от английски). Свищов: Д. А. Ценов, 1993, с. 63- 64.
[69] Виж: Бернстайн, Л, Анализ финансовой отчетности. Москва: Финансы и статистика, 1996, с. 507-509.

совите отчети. Ако мениджмънтът или съставителите са подвластни на своите желания за измами или на некомпетентност, то би било налице значително моделиране на финансовия резултат, което би довело до разлики спрямо действителния такъв.

Годишната нетна печалба подлежи на обстоен анализ от гледна точка на преценките за ДКП на предприятието. Числото на нетната печалба, наблюдавано само за една година, е безполезно от гледна точка на ДКП. Затова годишната нетна печалба се анализира за дълъг период, като се търсят две условия:

– да е налице възходяща тенденция в изменението на нетната печалба;
– тази възходяща тенденция да е последователна във времето.

Ако двете условия са налице, то може да се каже, че предприятието притежава трайно ДКП.

Съществува правило, че дадено предприятие, за да е с трайно конкурентно предимство, трябва да има годишна нетна печалба, която е достатъчно голяма, така че размерът й, умножен по 3 (или по 4), да е по-голям от дългосрочния дълг през продължителен период от време[70].

В ОПР (ОВД) намира отражение и нетният резултат (печалба/загуба) от продажба на употребявани активи или от други необичайни дейности. Те не се случват често, не са повтарящи се, но могат да окажат значително влияние върху крайния финансов резултат. Тъй като имат еднократен, случаен и не често повтарящ се произход, с цел по-вярна преценка на ДКП на предприятието, е целесъобразно сумите от печалбата/загубата от продажба на активи или от други случайни операции да не участват в изчисляване на нетната печалба. За целите на анализа загубите от продажбата на употребявани активи и от други необичайни дейности следва да се прибавят, а печалбите от тях да се извадят, за да се получи нетната печалба без тяхното влияние.

Във връзка с дивидентната политика, изключително важно е да се определи показателят „Нетна печалба на акция“ по смисъла на МСС 33 Нетна печалба на акция. Целта на този стандарт е да предпише принципи за определяне и представяне на печалбата на акция, използването на които да подобри възможностите за сравнение на резултатите на различни предприятия през един и същ период или през различните отчетни периоди на едно предприятие. Според МСС 33, печалбата на акция трябва да се изчислява, като се раздели печалбата за периода, подлежаща на разпределяне между притежателите на обикновени акции на средно претегления брой на държаните обикновени акции за периода. Нетна печалба, подлежаща на разпределение, е нетната печалба за периода, намалена със задължителните отчисления[71] и с дивидентите за привилегировани акции. От гледна точка на ДКП, показателят трябва да се анализира за петдесетгодишен период, като се търси наличие на възходящ растеж и постоянство в растежа. Тенденцията за растеж на нетната печалба на една акция означава, че икономическият фундамент на предприятието е достатъчно добър, за да му позволи да прави разходи за увеличаване

[70] Baruch, L. Financial Statement Analysis a new Approach. Prentice Hall of USA, 1974, pp. 21–22.
[71] Към задължителните отчисления се отнасят отчисленията за фонд „Резервен” по чл. 246, ал. 2 от Търговския закон.

на пазарния му дял или да прилага финансов инженеринг, като например обратно изкупуване на акции.

Нетната печалба се обвързва с рентабилността. Рентабилността показва способността на предприятието да генерира ефект от вложените ресурси. От тази гледна точка, показателите за рентабилност изразяват ефективността на предприятието[72]. Тя също е основна икономическа категория, която се определя като отношение на ефекта (в случая финансовия резултат) и вложените ресурси. Дългосрочното конкурентно предимство предполага такава рентабилност, при която предприятието, след изплащането на данъците за сметка на печалбата, да може да покрива всичките си разходи в продължителен период от време (5–10 години). „Рентабилността е единственото оправдание за съществуването на стопанското предприятие, т.е. рентабилността измерва ефективността.“[73]

3.3. Оценка на конкурентното предимство на база отчета за паричните потоци (ОПП)

Действието на принципа „текущо начисляване” във финансовата отчетност изисква признаване на всички разходи и приходи, активи и пасиви към момента на тяхното възникване. В резултат на това се формира имущественото и финансовото състояние на предприятието, но точно от определен ъгъл, който не може да отчете влиянието на касовите потоци върху него. Именно затова е възникнала необходимостта от представяне на активите и пасивите, на приходите и разходите на база касовия принцип. Структурната част от финансовия отчет, в която се представят паричните потоци, е отчетът за паричните потоци. Най-важното му предназначение е, че премахва ефекта от различните счетоводни политики, прилагани от различните предприятия за едни и същи сделки и събития, тъй като не се изготвя на база предположението за текущо начисляване.

Този отчет, използван заедно с останалите елементи на финансовия отчет, предоставя информация, даваща възможност на ползвателите да оценят промените в нетните активи на предприятието, във финансовата му структура и способността му да влияе върху ритмичността на паричните потоци, а така също и във възможността му да се приспособява към променящите се икономически реалности. Анализът на паричните потоци е полезен при оценката на възможностите на предприятието да генерира парични средства и парични еквиваленти, на настоящата стойност на бъдещите парични потоци, както и на сравнимостта с други предприятия.

Отчетът за паричните потоци е източник на ценна информация за установяване на дългосрочното конкурентно предимство на дадено предприятие. Преди всичко е изключително важно дали нетният паричен поток е положителен или отрицателен и то в рамките на дългосрочен период от време. Достатъчните и ритмични постъпления на парични средства осигуряват стабилност и в ликвидността през целия период. Вниманието трябва да се съсредоточи върху наличието на положи-

[72] Виж: Мот, Гр. Счетоводство за несчетоводители или основи на счетоводството за мениджъра и учащи. София: АСПРО, 2007, с. 88-92.

[73] Чолаков, Ст. Наука за стопанското предприятие и неговия баланс. Варна, 1938, с. 107.

телен нетен паричен поток от основната дейност. Положителните нетни потоци от основната дейност могат да се дължат както на нарастване на приходите от продажби, на своевременно събиране на вземанията от клиентите, но така също и на забавено разплащане към трети лица (доставчици, персонал и др.). Предприятия, разчитащи на продължително външно финансиране, са изложени на по-голям риск по отношение на ликвидността от тези, които разчитат на собствени източници.

В обсега на видовете дейности паричният поток от инвестиционната дейност е значим елемент на ОПП, защото този елемент отчита т.нар. „капиталови разходи на предприятието". Те са изходящ поток, намаляващ наличните пари. За различните предприятия капиталовите разходи са твърде различни. Много от тях, за да имат адекватно на пазара присъствие, се налага да правят значителни капиталови вложения в продължение на повече години. Като правило, предприятия с ДКП използват по-малка част от печалбите си за капиталови разходи. От гледна точка на стратегическия финансов анализ, е прието да се сумират капиталовите разходи за последните десет години, а също така и нетните печалби на предприятието за същия период, след което да се извърши сравнение на получените суми. Ако обаче сумата на капиталовите разходи е по-голяма от сумата на нетната печалба, възниква въпросът: от къде предприятието е финансирало тези разходи – от привлечен капитал или от увеличение на капитала.

В предприятия с трайно конкурентно предимство, нетната печалба следва да е по-голяма от капиталовите разходи, т.е. тези предприятия използват по-малък процент от нетната печалба за капиталови разходи. Препоръчва се отношението на капиталовите разходи към нетната печалба да бъде 50% или по-малко процента, за да се определи предприятието като такова с ДКП. Този показател се счита за особено добър, когато предприятието последователно изразходва по-малко от 25% от нетната си печалба за капиталови разходи[74].

В раздела на ОПП от финансова дейност съществено място заемат изходящите потоци за: изплатени дивиденти, обратно изкупени акции и обратно изкупени облигации. Предприятия с ДКП могат да си позволят подобни операции, без да се нарушава икономическия им фундамент.

Заключение

В съвременните условия вниманието към показателите за дългосрочно конкурентно предимство на предприятието нараства. Основна причина за това е нарастващата конкуренция и възприемането на измерването като инструмент за подобряване на бизнеса чрез вземане на адекватни решения от заинтересованите потребители на неговите резултати. За съжаление, редица изследвания сочат, че се пренебрегва дългосрочната стратегия и показателите определящи дългосрочния успех, и се обръща внимание предимно на краткосрочните измерители на дейността на предприятието.

При изследване на понятията „конкурентоспособност", „конкурентно предимство" и „дългосрочно конкурентно предимство" се установява, че не е постигнато

[74] Бъфет, М., Д. Кларк. Цит. съч., 2011, с. 160.

единно мнение в тяхното дефиниране. За целите на настоящата разработка конкурентното предимство се дефинира най-общо като отличителни способности на предприятието, а използването на „дългосрочното конкурентно предимство“ не е обвързано с период от време, през който предприятието притежава такова, а в смисъла че преценките на дългосрочното състояние на предприятието се базират на историческо измерване на стойности (на показатели) за продължителен период от време (над 5 год., а в най-дългосрочен план 10 год.)

Всяко предприятие притежава основни показатели, които измерват състоянието му, като системата за измерване трябва да бъде така съставена, че да позволява установяване на „финансовото здраве” на бизнеса, но не само в краткосрочен план, а и от гледна точка на стабилността и сигурността в дългосрочен план. Подходът към създаването на такава система трябва да обръща внимание на: наименованието на показателите, на предназначението им, на прилаганата формула за изчисляване, на честотата на измерване, на субектите на измерване и др.

От обследваната материя в професионалната литература може да се заключи, че сред специалистите не е постигнато общо мнение и по отношение дефинирането на финансовия анализ, в т.ч. и при ДКП, на база разбирането, че той се третира и като оценка на финансовото състояние, и като средство за прогнозиране и дори като подход за класифициране на различни показатели.

Системата за измерване трябва да обхваща комплекс от дейности и процедури, при които данните следва да бъдат: събрани, съпоставени, подредени, анализирани, интерпретирани и оповестени.

Специално внимание в инструментариума за анализиране на ДКП се отделя на използването на коефициенти, но за съжаление те притежават редица ограничения, наложени предимно от финансовата отчетност като информационна база на анализа.

При анализа на ДКП прилагането на показателите трябва да бъде съобразено и с етапите от жизнения цикъл на предприятието, тъй като на всеки един от етапите финансовите му цели са твърде различни.

Индикаторите за анализирането на ДКП се формират на база показателите, съдържащи се в основните елементи на финансовите отчети, оповестени в счетоводния баланс (отчета за финансовото състояние), отчета за приходите и разходите (отчета за всеобхватния доход) и отчета за паричните потоци. Въз основа на тях са изведени най-значимите финансови показатели за анализиране на ДКП, представени в следващата таблица:

Таблица 2

Значими финансови показатели за анализиране на ДКП на предприятието

Обект на измерване	Показатели за анализиране на период от 5 – 10 г.
I. На база счетоводен баланс (отчет за финансовото състояние)	
1. Дълготрайни материални активи (ДМА)	• имуществена структура • полезен живот на ДМА • финансиране на ДМА с постоянен капитал
2. Интелектуален капитал	• разлика между пазарната стойност на предприятието и балансовата стойност на нетните му активи (собствения капитал)
3. Дълготрайни нематериални активи	• доходност
4. Дългосрочни инвестиции	• разлика между пазарната цена и балансовата стойност на инвестициите • финансово състояние на предприятието в което е направена инвестицията • ДКП на предприятието, в което се инвестира
5. Материални запаси (МЗ)	• абсолютно изменение на МЗ • темп на изменение на МЗ спрямо темпа на изменение на приходите • обезценка на МЗ
6. Текущи вземания	• обезценка на вземанията • отношение на нетната стойност на вземанията и нетните приходи • период на събиране на вземанията (в дни)
7. Парични средства (ПС)	• изменение на ПС • съпоставяне на ръста на паричните средства с ръста на задълженията
8. Общ размер на текущите активи	• ликвидност • финансиране на текущите активи с нетен оборотен капитал • обращаемост на текущите активи (в дни)
9. Общ размер на активите	• възвръщаемост на активите
10. Нетекущи задължения	• абсолютна стойност на нетекущите задължения
11. Текущи задължения	• отношение на текущите към нетекущите задължения
12. Привлечен капитал	• отношение на текущите активи към привлечения капитал
13. Обратно изкупени акции	• абсолютна стойност на обратно изкупените акции
14. Основен капитал	• абсолютна стойност на основния капитал, в т.ч. в обикновени и привилегировани акции
15. Финансова структура	• отношение на пасивите към собствения капитал • отношение на собствения капитал към общия размер на капиталовия ресурс
16. Нетна печалба	• печалба на една акция • възвръщаемост на собствения капитал

II. На база отчет за приходите и разходите (отчет за всеобхватния доход)	
1. Доходност	• рентабилност на приходите
2. Разходи за оперативната дейност	• относителен дял на разходите за оперативната дейност в брутната печалба
3. Разходи за лихви, амортизации и обезценки	• абсолютен размер на печалбата преди лихви, данъци, обезценки и амортизации
4. Нетна печалба за годината	• абсолютно изменение на печалбата • нетна печалба на една акция • рентабилност
III. На база отчет за паричните потоци	
1. Изменение на паричните потоци	• абсолютен размер на нетния паричен поток
2. Нетен паричен поток от основна дейност	• абсолютен размер на нетния поток от основна дейност
3. Паричен поток от инвестиционна дейност	• сравнение на сумата на нетната печалба със сумата на капиталовите разходи за анализираните периоди от време
4. Паричен поток от финансови дейности	• абсолютен размер на изходящия поток за дивиденти • абсолютен размер на изходящия поток за обратно изкупени акции и облигации

Използвана литература

1. Американски счетоводни системи и стандарти (превод от английски). Свищов: Д. А. Ценов, 1993.
2. Балева, В. Критерии и показатели за оценка конкурентоспособността на стоките. // Икономически алтернативи, София: УНСС, 2009, № 1.
3. Божков, В. Интерпретация и анализ на финансовите отчети с общо предназначение. // Библиотека Български счетоводител, поредица „Актуално”, 2003, № 9.
4. Бъфет, М., Д. Кларк. Уорън Бъфет и анализът на финансовите отчети. Изток – Запад, 2011.
5. Бернстайн, Л. Анализ финансовой отчетности. Москва: Финансы и статистика, 1996.
6. Гълъбов, М. Модели за финансов анализ на фирмата. // Данъчна практика, 2011, № 2.
7. Георгиев, В и др. Как да анализираме финансовото състояние на предприятието. Варна: Викон, 1992.
8. Добинс, Р., Ст. Уит. Практически съвети на финансовия мениджмънт. София: Аксана,1995.
9. Динев, Д., Т. Кръстев Анализ на финансово-счетоводните отчети. София: ДДС,1993.
10. Джаксън, С. Финансовите измами на големия бизнес. София: Инфо Дар, 2007.
11. Дезмънд, Мак Ф. Ръководство за управление финансите на фирмата. София: Информа, 1991.

12. Йонкова, Б. и др. Управленски анализи в счетоводството. София: Стопанство, 2009.
13. Карлин, Т. и др. Анализ финансовьйх отчетов (на основе GAAP). Москва: Инфра-М, 1998.
14. Касърова, В. Финансовият анализ като двуликият Янус. Доклад на научна конференция „Авангардни научни инструменти в управлението", Разград, 2009.
15. Касърова, В. Нов прочит на финансовия анализ от позицията на стойността. Научен ръкопис депозиран в ЦНТБ № 169, 2008.
16. Каплан, Р., Д. Нортън. Балансирана система от показатели за ефективност. София: Класика и Стил, 2005.
17. Мот, Гр. Счетоводство за несчетоводители или основи на счетоводството за мениджъра и учащи. София: АСПРО, 2007.
18. Нийл, Ан. Перспективи за развитие на бизнеса. София: The Economist Books, 2001.
19. Николов, Н. Финансов анализ. Варна: Princeps, 1996.
20. Николов, Н. Финансови отношения. София: 26 февруари, 1991.
21. Носова, Н. Конкурентная стратегия компании, или маркетинговые методы конкурентной борбы. Москва: Дашков и К, 2012.
22. Порър, М. Конкурентна стратегия. София: Класика и стил, 2010.
23. Палий, В. Стойността на нематериалния капитал в постиндустриалната икономика. // ИДЕС, 2011, № 6.
24. Станчева, А., А. Апостолов и др. Конкурентно поведение на фирмата. Варна: Наука и икономика, 2006.
25. Тодоров, Г. Финансово-счетоводен анализ на предприятието (записки). Варна: Стено, 2005.
26. Търговския закон // ДВ, № 48, 1991, посл. изм. ДВ, № 60, 2012.
27. Чуков, Кр. Финансово-стопански анализ на предприятието. София: Тракия-М, 2003.
28. Чолаков, Ст. Наука за стопанското предприятие и неговия баланс. Варна, 1938.
29. Юридически речник. София: Отечество, 1994.
30. Bernstein, L. Financial statement analysis. Boston: Homewood, 1993.
31. Brett, M. How to read financial pages. London: Business Books, 1991.
32. Demski, J. Information Analysis, Reading. Mass: Addison - Wesley Publishing Co., 1982.
33. Fruhan, W. E. Jr., Financial Strategy. Homewood, III, Richard D. Irwin, 1997.
34. Giroux, G. Financial Analysis: a User Approach. Ley Publishing, 2003.
35. Garfield, P. Accounting for Land, Building and Equipment. // The Accounting Review, July, 2004.
36. Gilman, S. Analyzing Financial Statement. New York: The Ronald Press Company, 2005.
37. Zarnowitz, V., Cyclical behavior of Orders, production and Investment, National Bureau of Economic research, New York, Columbia University Press, 2010.
38. Koch, R. The 80/20 revolution. How you can create and capture wealth and wellbeing. London: Nicholas Brealey Publishing, 2002.
39. Kor, Y., J. Mahoney. Edit Penrose's, Contribution to the Resource-based view of Strategic Management. // Journal of Management Studies, 2004, № 1.

40. Lev, B. Accounting and Information Theory. American Accounting Association, Evanston III, 1999, Chap.3.
41. Lev, B. Financial Statement Analysis a new Approach. Prentice Hall of USA, 1974.
42. Levy, H., M. Sarnat. Investment and Portfolio Analysis. New York: John Wiley & Sons, 2002.
43. Ohmae, K. The Borderless World, Power and Strategy in the interlinked Economy. London, 1990.
44. Parker, R. Understanding company financial statements. London: Penguin Books, 1988.
45. Pashigian, P. Firm Size and Rate of Growth. // Journal of Political Economy, 2011, December.
46. Porter, M. How Competitive Forces Shape Strategy. // Harvard Business Review, March/April, 1979.
47. Treynor, J. The Trouble with Earnings.// Financial Analysts Journal, 2002, September-October.
48. Teese, D., Pisano, A. Schuen, Dynamic Capabilities and Strategic Management. // Strategic Management Journal, 1997, № 7.
49. The AICPA Special Committee Reporting, Improving Business Reporting – A Customer Focus: Meeting the Information Needs of Investors and Creditors. New York: American Institute of Certified Public Accountants, 1994.
50. Williams, J., S. Haka, M. Bettner. Financial and Managerial Accounting. McGraw-Hill, 2005.
51. Horrigan, J. A Short History of Financial Ratio Analysis. // The Accounting Review, 2008, April, p.284-294.
52. Juran, J. A Universal Approach to Managing. // The Quality Trilogy, Quality Progress, 1986, Aug.

FINANCIAL ANALYSIS WITH THE LONG-TERM COMPETITIVE ADVANTAGE

Assoc. Prof. Dr Nadya Kostova

Abstract

With respect to the financial measurement of the long-term competitive advantage, a number of studies show that there are ignored the long-term strategy and the indicators determining long-term success, and there is paid attention mostly to the profitability of the enterprise. The long-term competitive advantage is measured and assessed by means of the tools of financial analysis. Financial indicators must be viewed in their complexity while taking into consideration the specific character of the enterprise and the precision of the drawing up of the financial statements. For the measurement and analysis of the long-term competitive advantage there are used the indicators, found in the main components of the annual financial statement: the balance sheet (statement of financial condition), the profit and loss statement (the comprehensive income statement) and the cash flow statement. The data from the long-term analysis creates an early warning indicator against possible issues of the enterprise.

DIE FINANZANALYSE BEI DEM LANGFRISTIGEN KONKURRENZVORTEIL

Doz. Dr. Nadya Kostova

Zusammenfassung

Eine Reihe von Forschungsarbeiten über die finanziellen Kennzahlen bei dem langfristigen Konkurrenzvorteil kommt zur Feststellung, dass die langfristige Strategie und die Kennzahlen, die den langfristigen Erfolg bedingen, zugunsten vor allem der Ertragslage der Betriebe unterschätzt wird. Der langfristige Konkurrenzvorteil wird mit Hilfe der Instrumente der Finanzanalyse gemessen und bewertet. Die Finanzkennzahlen müssen in ihrer Komplexität unter Berücksichtigung der Spezifik des Unternehmens und der Präzision des Finanzberichts betrachtet werden. Für die Messung und Auswertung des langfristigen Konkurrenzvorteils werden die Kennzahlen verwendet, die in den Hauptabschnitten des finanziellen Jahresabschlusses enthalten sind: die Buchhaltungsbilanz (der Bericht über die finanzielle Lage), die Aufwands- und Ertragsrechnung und die Kapitalflussrechnung. Die Daten der langfristigen Analyse liefern Früherkennungsindikatoren über eventuelle Probleme des Unternehmens.

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ В СЛУЧАЯХ ДОЛГОСРОЧНОГО КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Доц. д-р Надя Костова

Резюме

В отношении финансовых измерений долгосрочного конкурентного преимущества ряд исследований указывает на то, что недостаточное внимание уделяется долгосрочной стратегии и показателям, определяющим долгосрочный успех, что важной считается в первую очередь прибыльность предприятия.

Долгосрочное конкурентное преимущество измеряется и оценивается посредством инструментария финансового анализа. Финансовые показатели следует рассматривать комплексно с учетом специфики предприятия и точности подготовки финансового отчета. Для измерения и анализа долгосрочного конкурентного преимущества используются показатели, содержащиеся в основных составных элементах годового финансового отчета: в бухгалтерском балансе (отчете о финансовом состоянии), в отчете о приходах и расходах (отчете о валовом доходе) и в отчете о движении денежных потоков. Данные долгосрочного анализа создают предварительный индикатор для предупреждения о возможных проблемах предприятия.

С ъ д ъ р ж а н и е

УДК – 65.013, 37.54, 378.4
EconLit Classification System – M000, M310

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ОСОБЕНОСТИ НА ВЪЗПРИЕМАНОТО КАЧЕСТВО ВЪВ ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ

Доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева,
гл. ас. д-р Боряна Грънчарова-Никитова,
ас. Борислава Черкезова,
ас. Йордан Недев

Рецензенти: проф. д-р ик. н. Йордан Коев
доц. д-р Евгени Станимиров

Увод

Изследването фокусира вниманието си към особеностите на концепцията за потребителските преценки за качество в сферата на висшето образование[1]. През последните няколко години се водят сериозни дискусии в общественото пространство в България, в страните на „новите демокрации" и в европейското образователно пространство по отношение на това, какво представлява качеството във висшето образование и качествени ли са институциите, които доставят такова образование. Все повече институции предлагат обучение в различните равнища на висше образование. Глобалната тенденция към застаряване на населението намалява притока на търсещите подобен род услуги в най-развитите държави. Борбата за финансиране на образователните процеси, както и за финансирането на научните изследвания става изключително тежка. Общественият „натиск" към системите за висше образование за предоставяне на качествени услуги се засилва все повече и повече[2]. Става все по-важно университетите да привличат вниманието на първични и вторични потребители[3], доказвайки, че предоставят качествено образование и качествена работна сила на изхода на системата. За да стане възможна тази задача, е необходимо университетите да познават какво е съдържанието на качеството според потребителите, т.е. да познават какво е възприеманото каче-

---

[1] Настоящата студия е част от цялостно научно изследване, финансирано от средства, отпуснати целево от държавния бюджет на ИУ – Варна за научни изследвания през 2011 г. В рамките на целия проект студията представя междинни постигнати резултати.

[2] Дамянов Д., Б. Стоянов. Качеството на висшето образование – проблеми, възможности. Първа национална научна конференция с международно участие „Качество на висшето образование 2006", Русе, 2006, http://qedu.uni-ruse.bg/2006/bg/ (09.08.2011).

[3] Под първични потребители разбираме студентите, техните семейства и родители, а под вторични – организации от всякакъв характер, които наемат работна ръка.

ство. В същото време степента на изследване на проблемите по качеството във висшето образование е трудно да се определи като висока. Съществуват изследвания, показани в същинската част на настоящата студия, които фокусират вниманието си към качеството във висшето образование, но не може да се каже, че има съгласие в позициите. В още по-малка степен, още повече в България, фокусът на изследванията е поставен именно върху възприеманото качество.

Обект на наблюдение в настоящата студия са: 1) специализирани научни публикации и 2) рейтингови системи в сферата на висшето образование и системи за наблюдение мнението на студентите. Предмет на изследването е възприеманото качество на студентите и практики на университети в тази посока. Чрез настоящото изследване екипът осигурява необходимото концептуализиране на възприеманото качество, което е предпоставка за продължаване на работата по проекта, заявен по-горе.

Целта на екипа е да систематизира основните достижения на маркетинговото знание към момента по отношение на възприеманото качество в сферата на висшето образование и въз основа на това да предложи концептуален модел на процеса на формиране на възприеманото качество според студентите, както и да открои водещи световни практики по наблюдаване на възприеманото качество във висшето образование.

Основните задачи, които се решават са:

Първо, да се изследва съдържанието на понятието „възприемано качество" изобщо и особеностите на проявлението му в сферата на висшето образование. В рамките на тази задача вниманието е насочено и върху връзката между понятията „качество на образованието" и „възприемано качество според студентите", както и върху характера на възприеманото качество като психичен процес.

Второ, да се очертаят спецификите на образованието като услуга и да се оформят основните характеристики на услугата, които да се разглеждат като източници за формиране на преценката за качество на получаваното образование.

Трето, да се изследва съществуващ опит в различни образователни институции и оценителни агенции, за да се проследи степента на разпространение на практиката по проследяване и отчитане на възприеманото качество при управлението на университетите, както и да се открият водещите в тази посока.

В настоящото изследване се прилага основно маркетинговият подход, съчетан с психологическия подход при концептуализиране характера на възприеманото качество. Приложени са: методът на теоретичния анализ и синтез, методът на кабинетното проучване в двете му разновидности – анализ на вторични източници и анализ на съдържание.

В студията е следвана следната логическа последователност: 1) аргументация за необходимостта от възприеманото качество и степента на изясняване съдържанието на възприеманото качество, въз основа на които се извежда концептуален модел на формирането на преценката за качество – параграф 1; 2) концептуализиране на проявлението на наблюдаваното явление в конкретната сфера на висшето образование и обогатяване на изведения в предходния параграф концептуа-

лен модел на формирането на преценката през перспективата на процеса на обучение – параграф 2; 3) откриване, систематизиране и обогатяване на формулираната концептуална рамка на възприеманото качество във висшето образование, касаеща открояване на основни групи характеристики на процеса на придобиване на висша квалификация, които са причинители на обобщената преценка за качество – параграф 3; 4) допълнително аргументиране на актуалността на тематиката от гледна точка на това, до каква степен се наблюдава възприеманото качество във висшето образование и там, където се наблюдава как е организирано – параграф 4.

Основните ограничения на изследването са свързани с: фокусиране на вниманието върху възприеманото качество според студентите-бакалаври; формиране на преценката на студентите за качество на образованието в процеса на обучението, т.е. настоящи студенти.

Студията е написана при следното лично участие на авторите:

- доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева – обща редакция, увод, заключение, точка 1 – 22 страници;
- гл. ас. д-р Боряна Грънчарова-Никитова – точка 2 – 11 страници;
- ас. Йордан Недев – точка 3 – 11 страници;
- ас. Борислава Черкезова – точка 4 – 11 страници.

1. Възприемано качество – съдържание, особености и характер

Понятието „качество” е многолико. То варира в зависимост от гледната точка на заинтересованата страна, съпричастна с науката и с висшето образование изобщо. В сферата на образованието, и в частност на висшето образование, винаги става въпрос за качеството от гледна точка на някоя от заинтересованите страни. В този смисъл глобалната преценка за качество на висшето образование трябва да се търси в пресечните точки на всички. Това към момента е непосилна задача за изследователския екип. Точно поради тази причина вниманието на авторския екип е ангажирано с разработването на цялостна визия на един от аспектите на качеството във висшето образование. А именно очертаване на рамките на качеството според един от основните участници в процеса на обучение – студентите.

„Качество” и като дума в различните езици, и като понятие, е изключително широко използвано във всички области на живота. Същевременно с това съдържанието на понятието се движи в един континуум от пълната абстрактност[4] до пълната конкретност[5], в зависимост от изходната позиция, от която се дискутира. С течение на времето това е създало изключително голяма вариантност на съществуващи концепции, свързани с качеството – глобално качество, получавано качество, възприемано качество, обективно качество, качество на услуга, задължително качество, атрактивно качество и много други.

Понятието „качество” е понятие-символ от порядъка на понятията живот, щастие, любов. Понятия, които са много широко навлезли в ежедневието, но които

[4] Като основна логическа категория във философиите на Аристотел, Хегел, Кант. Вж. Хегел. История на философията. т. 1, 2 и 3, София: Наука и изкуство, 1982, с. 371–385; с. 490–542.

[5] Значението на думата като свойство, признак, който отделя една същност от друга. Онлайн тълковен речник (www.onlinerechnik.com, 5.08.2011).

крият в себе си дълбоко и многообразно значение и съдържание. Думата „качество” може да се открие още в старобългарския език. Навлиза чрез гръцкия и е близка до звучене на гръцкото „какъв”[6]. Буквалното значение в българския език е „каквина”. В английския език качество (quality) означава: степен, обикновено висока, на доброта или на значимост на нещо; специална характеристика или признак, по който се различават хората и нещата; висока социална позиция[7]. Посочените примери от езикознанието показват, че в ежедневната употреба в различни езици качеството се свързва с притежаваните характеристики на нещата. От гледна точка на различни направления на изучаване на качеството, особено в икономическото направление, знаем, че тази изходна позиция е крайно недостатъчна и неточна за целите на неговото концептуализиране, както и при неговото операционализиране при изследването му, което би се отразило и върху управлението на цялостния процес по доставяне на качество от една организация.

Като термин в икономиката и по-точно в маркетинга понятието навлиза сериозно преди повече от половин век. За основоположници на концепцията за качеството и за неговото управление в бизнес организациите се считат Уолтър Шухарт (1891 – 1967), Уилям Деминг (1900 – 1993), Джоузеф Джуран (1994 – 2008), Филип Кросби (1926 – 2001), Арманд Файгенбаум (1922), Каору Ишикава (1915 – 1989), Геничи Тагучи (1924)[8].

В течение на времето въпросът за качеството изминава дълъг път от чисто „техническата” страна на понятието до качеството според потребителите. Редица автори като Болтън и Дроу[9], Акер[10], Парасураман, Цайтхамл, Бери[11] и много други през различни периоди от време развиват идеята за съдържанието на понятието качество. Трябва да се отбележи, че съдържанието на понятието е все още в процес на развитие. Към него постоянно се прибавят нови гледни точки, изходни позиции и се прилагат все по-разнообразни подходи за неговото изясняване.

Както навсякъде, така и в сферата на висшето образование концепцията за качеството е широко застъпена. Коментираните промени в обкръжаващата среда на висшето образованието правят това все по-наложително. Необходимостта от постоянно доказване на доставяното качество, необходимостта от ясна диференциация на предлаганите образователни и научноизследователски продукти опреде-

---

[6] Старобълг. **качьство** < **какъ** „какъв“: калка на гр. рпйьфзт от рпЦпт „какъв“. По същия начин е калкирано и лат. *qиеlitиs* от *qиеlis*. Андрейчин, Л. Български тълковен речник. София: Наука и изкуство, 1973.

[7] Hornby A., A. Cowie, A. Gimson. Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current Ehglish. София: Наука и изкуство, 1989, с. 685–686

[8] По Тужаров, Хр. Съвременно понятие за качеството, http://tuj.asenevtsi.com/ (5.08.2011); На преклонна възраст си отиде „Бащата” на Качеството – д-р Джоузеф М. Джуран, http://www.quality-bg.com, (5.08.2011); Арманд Фейгенбаум – создатель TQM, Методы, менеджмента, качество, http://ria-stk.ru, (5.08.2011); История на качеството, http://mladtehnik.com, (5.08.2011).

[9] Bolton R., J. Drew. A multistage model of customer assessment of service quality and value. // Journal of Consumer Research, 17 march, pp. 375–384.

[10] Aaker, Bagozzi, Carman. On Using Response Latency to Measure Preference. // Journal of Marketing Research, Vol. 17, 1980, pp. 237–244

[11] Parasuraman A., V. Zeithaml and L. Berry. SERVQUAL:a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. // Journal of Retailing, Vol.64, №1, 1988, pp. 12–40.

ля изключително голямото значение на концепцията за качеството в сферата на висшето образование. И тук, както и по отношение на понятието изобщо, не може да се каже, че съществува единство относно на съдържанието, което се влага в него. В хода на кабинетно проучване[12] е направен преглед на повече от 250 публикации по тематиката. Големи бази с научни публикации като Емералд 150 (Emerald 150), Сайънс Директ (Science Direct) и Прокуест (Proquest), както и публикувани он-лайн доклади от научни форуми по проблема са източниците, които са обект на наблюдение тук.

От ретроспективна гледна точка позиции и мнения за качеството във висшето образование могат да се открият още в средата на миналия век. Независимо от отдалечеността на времето звученето изобщо не може да се определи като остаряло. Едно от ранните мнения е на Файгенбаум, изведено през далечната 1951 г. в книга на автора по проблемите на контрола на качеството в образованието[13]. Обзорът на определенията за качество във висшето образование показа, че съществува липса на съгласие относно съдържанието на понятието. Гледните точки са много различни. Разбира се, че трябва да се отчете фактът, че всички те са взаимосвързани, а някои от тях логически изхождат една от друга. В резултат на тяхното групиране се очертават следните основни измерения на концепцията за качество във висшето образование:

– ***Качеството като съответствие на определени изисквания*** – това измерение очертава гледната точка, че качеството е нещо, което е свързано със сравняването с определени стандарти или с отсъствието на дефекти (Гилмор[14], Кросби[15] 1979). От гледна точка на тази изходна позиция качествено е образование, което отговаря на определени изисквания. Ако един университет „издържи” проверките от оторизирани организации и институции, съгласно действащите критерии за оценяване, то той е качествен. Проблемите, които възникват тук, са: кой или кои субекти или институции определят изискванията; тези изисквания могат ли да бъдат еднакви за всички научни направления, или трябва да бъдат отразени спецификите; ако стандартите са еднакви за всички, могат ли да се сравняват висши училища или

[12] Кабинетните проучвания (desk research) са широко прилаган изследователски метод. Основните му разновидности са анализ на вторични данни и анализ на съдържание. В настоящата студия се придържаме към българското наименование на метода и се прилагат и двете му разновидности и от гледна точка на изчистване на езикови повторения се използват и общото наименование, и разновидностите на този изследователски метод.

[13] Feigenbaum, A. *Quality control: principles, practice and administration*. New York: McGraw-Hill, 1951. In: Kwek, C., T. Lau, H.Tan. Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality. // International Journal of Business and Management, Vol. 5, №8, August 2010, pp.154–165.

[14] Crosby, P. *Quality is free*, New York: McGraw-Hill, Gilmore, H.L.,1974. Product conformance. *Quality Progress*, 7, №5. In: Kwek, C., T. Lau, H. Tan, Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality. // International Journal of Business and Management, Vol. 5, №8, August 2010, pp.154–165.

[15] Crosby, P. (1979). *Quality is free*, New York: McGraw-Hill. In: Kwek, C., T. Lau, H. Tan. Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality. // International Journal of Business and Management, Vol. 5, №8, August 2010, pp.154–165.

изследователски институции от различни направления; може ли да се обхване със стандарти цялостната дейност на един университет; какво означава независими институции, които извършват оценяването. Независимо от това в редица съвременни системи се прилага именно такъв подход към определяне на качеството на висшето образование. Разработват се класации и рейтинги. Съществуват мрежи от контролни организации.

– ***Качеството като резултатност*** – съгласно тази изходна позиция, ако обучените студенти се реализират успешно, ако изследванията, които се провеждат, са широко популяризирани в научните среди и са обвързани с прилагане в различни сфери на обществото, то университетът е качествен (Джуран, Грина[16] 1988) Тази изходна позиция за качеството на висшето образование дава много добра и ясно измерима перспектива. Широко приемано е, че е добре да се наблюдава степента на реализацията на обучаемите, както и степента на приложимост на резултатите от провежданите изследвания. Веднага трябва отново да се направи уточнението за отчитане на спецификите на различните научни направления. Фундаментални направления няма как да доказват приложимост на научните изследвания в краткосрочен план. Понякога се работи в области, които по никакъв начин не могат все още да бъдат прилагани. По същия начин трябва да се отразяват научноизследователски проекти, които имат стратегически цели. Проблемите по отношение на реализацията на обучаемите са свързани със степента на развитие на пазарите на труда. При все по-отварящите се граници в различни региони по света въпросите за търсените специалисти с висша квалификация трябва да се преформулират от перспективата на наднационални процеси и тенденции. Считаме, че абсолютизирането на тази изходна позиция за качеството би довела до изкривявания и дефекти в системите за висше образование.

– ***Качеството като съответствие на целите*** – от гледна точка на тази изходна позиция, ако продуктите, предлагани от един университет, съответстват на неговите приоритетни цели, то те са качествени (Вълчев[17] 2009). Тук вече се наблюдава отдалечаване на идеята за качеството от представите за особеност, за специалност, за уникалност, за превъзходство. Тази изходна позиция дава възможност за повдигане на редица дискусионни моменти и въпроси като: приоритетните цели към чии интереси са насочени (към кои от контактните аудитории на университетите – към собствените, към студентите, към работодатели, към обществото като цяло или към други); възможно е интересите, към които са насочени приоритетните цели на университетите, да са противоречащи си; по какъв начин да се измерва

[16] Juran, J., A. Godfrey (2000). *Juran's quality handbook*. Singapore: McGraw-Hill. In: Kwek, C., T. Lau, H. Tan, Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality. // International Journal of Business and Management, Vol. 5, №8, August 2010, pp. 154–165.

[17] Вълчев, Г. Относно някои теоретико-приложни въпроси на качеството на висшето образование. Втора национална научна конференция с международно участие „Качество на висшето образование в България – проблеми и перспективи", Русе, 2009, http://qedu.uni-ruse.bg, (10.08.2011).

съответствието на целите; достатъчно ли е, ако една организация докаже, че притежава механизъм (системи, процеси и процедури) за осигуряване и поддържане на качеството, да се твърди, че в действителност доставят качество.

– ***Качеството като съвкупност от характеристики и възможности*** – това измерение за качеството извежда на преден план отличителността на висшите училища (Питърс, Уотърман[18] 1982; Панайотов[19] 2009). Тук се търси оценяване на характеристиките на научнообразователните институции в съответствие с утвърдени стандарти, извършват се сравнения с конкурентните институции и се извеждат превъзходствата. Колкото в по-голяма степен един университет притежава уникални и превъзходни характеристики, толкова е по-качествен. Това, което е необходимо да се усъвършенства, и тук е гледната точка за наличието на разнообразни свързани лица и техните интереси в науката и висшето образование.

– ***Качеството като добавяне на стойност и ефективност*** – интересното при това измерение за качество във висшето образование е това, че хронологично то присъства относително постоянно в коментарите на различни учени (Файгенбаум[20] 1951; Георгиева[21] 2006). И двете части на това измерение на качеството фокусират вниманието си върху входа, процеса и изхода във висшето образование. Добавянето на стойност или трансформацията в сферата на висшето образование е изключително дискусионна концепция. Ако насочим вниманието си само към студентите, тук трансформацията трябва да се търси в развитието, което те получават в системата си от знания и умения. Тук обаче трудно може да се каже, че съществуват единни системи и критерии за оценяване на студентите, които да извършват валидни и надеждни измервания на трансформацията в обучаемите. Идеята за ефективност няма как да не присъства от гледна точка на идеята, че висшето образование е и бизнес. От тази изходна позиция висшето образование трябва да осъществява дейността си, да постига целите си в рамките на ефективното използване на ресурсите, с които разполага. Опасността при фаворизирането на идеята, че колкото по-ефективен е един университет, то той е по-качествен, е свързана с това, че овладяването на разходите може да доведе до невъзможност за осигуряване на темповете на нарастване на ефектите.

---

[18] Mitra, D., P. Golder. How does objective quality affect perceived quality? Short-term effects, long0term effects, and asymmetries. // Marketing Sciense, May-June 2006, Vol. 25, №3, pp. 230–247.

[19] Панайотов, И. Оценяване на качеството във висшето образование. Втора национална научна конференция с международно участие "Качество на висшето образование в България – проблеми и перспективи", Русе, 2009, http://qedu.uni-ruse.bg (9.08.2011).

[20] Feigenbaum, A. (1951). *Quality control: principles, practice and administration*. New York: McGraw-Hill. In: Kwek, C., T. Lau, H.Tan, Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality. // International Journal of Business and Management, Vol. 5, №8, August 2010, pp. 154–165.

[21] Георгиева, П. Институционална автономия и отговорност за качеството на висшето образование. Първа национална научна конференция с международно участие „Качество на висшето образование 2006", Русе, 2006, http://qedu.uni-ruse.bg/2006/bg/ (9.08.2011).

– ***Качеството като задоволяване на потребности и удовлетворяване на очаквания*** – потребителската гледна точка при определяне на качеството дефинира, че един университет е качествен, ако успява да посрещне и надхвърли очакванията и потребностите на стратегическите аудитории (Парасураман, Цайтхамл и Бери[22] 1985; Ченг и Там[23] 1997; Давидков[24] 2006). Това измерение директно отправя погледите към концепцията за възприеманото качество, като поставя изисквания пред образователните институции да дефинират ясно и точно стратегически заинтересованите страни в различните етапи от съществуването си, да проследяват внимателно състоянието на преценките им за представянето на университета.

Идеята за качество на висшето образование считаме, че трябва да се търси в умелото съчетаване на всяко едно от коментираните измерения. От най-висшите цели на науката и образованието, а именно усъвършенстване на личността в духа на знанието, до идеята, че университетите способстват за развитието на цивилизацията чрез научните изследвания, които извършват, и чрез личностите, които подготвят за обществото. Това е и една от основните идеи на „стратегия 2020" за образованието на ЕС[25]. В този смисъл за най-пълна и балансирана приемаме дефиницията на UNESCO[26] (2007) за качеството във висшето образование. Тук са съчетани идеите за разнообразието от заинтересовани страни с техните специфични потребности и очаквания; връзките между вход, процес, изход, мисия и цели; характеристиките на академичния свят. С други думи, качествен университет е онзи, който съумява в своето представяне на съчетава умело едновременно: ***качеството като задоволяване на потребности и удовлетворяване на очаквания; качеството като добавяне на стойност и ефективност; качеството като съвкупност от характеристики и възможности; качеството като съответствие на целите; качеството като резултатност; качеството като съответствие на определени изисквания.***

Казаното дотук налага извода, че от гледна точка на цялостната идея за качеството във висшето образование възприеманото качество не е самоцел. Възприеманото качество е едно от измеренията, без което цялото не може да бъде определено. Без изследване на динамиката на възприеманото

---

[22] Parasuraman, A., V. Zeithaml and L. Berry. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. // *Journal of Retailing*, Vol. 64, № 1, Spring, pp. 12–40.

[23] Cheng, Y., M. Tam. (1997). Multi-models of quality in education. // *Quality Assurance in Education*, Vol. 5, № 1, pp. 22–31.

[24] Давидков, Ц. Управление на качеството в софийския университет „Св. Климент Охридски". Първа национална научна конференция с международно участие „Качество на висшето образование 2006", Русе, 2006, http://qedu.uni-ruse.bg/2006/bg/ (9.08.2011).

[25] Европейска комисия. Съобщение от комисията до европейския парламент, до съвета, до европейския икономически и социален комитет и до комитета на регионите. В подкрепа на растежа и създаването на работни места – програма за модернизиране на системите за висше образование в Европа, Брюксел, 20.09.2011, www.minedu.government.bg, (6.10.2011).

[26] Vlasceanu, L., L.Grъnberg and D. Pвrlea. *Quality Assurance and Accreditation: A Glossary of Basic Terms and Definitions*, Bucharest, 2007, UNESCO-CEPES, http://unesdoc.unesco.org (9.08.2011).

качество, на причините за моментното му състояние, на факторите, които оказват влияние върху състоянието му, няма как да се получи пълна картина за представянето на един университет.

Концепцията за възприеманото качество се развива паралелно с усъвършенстването на концепцията за потребителската ориентация в рамките на маркетинговата идея. Автори като Цайтхамл, Парасураман, Грьонруус, Бери, Битнер са сред първите, дефинирали „възприеманото качество" в сферата на услугите. Отново подчертаваме, че в настоящата студия фокусираме вниманието си върху определяне на възприеманото качество от гледна точка на студентската аудитория. По тази причина, когато тук говорим за възприемано качество, следва да се има предвид гледната точка на преките участници в процеса на доставяне на образователния продукт, а именно студентската аудитория.

Като цяло по-често съдържанието на възприеманото качество се коментира по отношение на услугите изобщо, докато в сферата на висшето образование се среща, но сравнително по-рядко. В българската специализирана литература отсъстват подобни идеи и изследвания на проблема. За последните 5 години в България са организирани два по-мащабни форума, насочващи вниманието си върху проблемите на качеството във висшето образование. През 2006 г. и през 2009 г. Русенският университет „А. Кънчев" организира международни конференции по проблематиката. За целите на аргументиране на част от позициите е направен анализ на съдържанието на заглавия и ключови думи. От общо 78 публикации от двете прояви 23% от тях са представени през 2006 г., а останалата част – през 2009 г. Тематичната структура е много различна. През първата година тематиката се движи в рамките на проблемите по конструиране на обобщено мнение в научните среди по отношение на качеството в образованието изобщо и търсенето на различни измерения на качеството в сферата на висшето образование. Това е напълно обяснимо от факта, че конференцията през 2006 г. е един от първите форуми в България, които фокусират вниманието върху проблемите на качеството. През 2009 г., освен тези две направления в тематиката, вече се разискват усилено, макар и в по-ограничен обхват и проблеми, свързани с оценяването на системите за качество във висшите училища, стандартите за качество, приложението на разнообразни методи за обучение като условие за постигане на качество в образованието, системите за оценяване на вътрешното и външното качество, ресурсната осигуреност на науката и образованието, връзките между наука и бизнес и други по-конкретни аспекти на науката и обучението в българските висши училища. Прави впечатление, че и в двете прояви отсъстват публикации по проблемите на възприеманото качество на получаваното образование.

Проведе се кабинетно проучване относно съдържанието на понятието възприемано качество, което обхвана мониторинг на утвърдени научни издания[27] за периода 1980 – 2011 г. В резултат на мониторинга са открити 18 дефиниции на възприе-

[27] Journal of Marketing; Journal of Retailing; Research in Higher Education Journal; Journal of Marketing Research; Journal of the Academy of Marketing Science; Journal of Services Marketing; Journal of American Academy of Business и др.

[28] Поради ограниченост на пространство пълният набор от открити дефиниции на „възприеманото качество" се намира в личния архив на автора.

маното качество[28], като повече от половината от тях се отнасят за услугите изобщо, а останалата част са пряко отнесени към възприеманото качество в сферата на висшето образование.

По-голямата част от наблюдаваните авторови позиции за възприеманото качество (Грьонруус 1984; Парасураман и др. 1985, 1988; Битнер 1990; Кронин и Тейлър 1992; Асъбонтенг и др. 1996; Райтър и др. 1997; Митра и др. 2006; Летчър и др. 2010; Съмади и др. 2011[29]) са основани на теорията за несъответствие на очакванията (Disconfirmation Theory, Оливър 1980), която е основна при дефинирането на потребителската удовлетвореност[30]. На пръв поглед се наблюдава относително съгласие на различните автори по отношение на начина на формиране на преценката за качеството на определен продукт. Но това съгласие отвежда към идеята за отъждествяване на концепцията за удовлетвореността с концепцията за възприемано качество. Да, и двата психични процеса са резултат от процеса на възприятие, но те не са идентични. Един потребител може да счита даден продукт за качествен, но в конкретен момент може да не е удовлетворен от обслужването, което получава в точката за продажба например. Налице са и обратните ситуации. По някаква причина потребителят може да формира намерение за покупка на нов продукт. В точката на продажба се чувства превъзходно като потребител – получава необходимото внимание, загриженост, обслужване. Когато започва да използва продукта, се уверява, че той съответства на заявените продуктови характеристики, но се оформят разочарования по отношение на основното предназначение на продукта. И на по-късен етап може да определи продукта като ненужен. Безспорна е връзката между потребителската удовлетвореност и възприеманото качество[31], но тя представлява сложна когнитивна алгебра, която остава извън обхвата на настоящото научно изследване.

Значителни несъгласия се наблюдават по отношение на природата на „възприеманото качество" – дали е оценка или преценка (Грьонруус[32] 1984; Райтър и др. [33]

---

[29] Вж. Приложение 1.

[30] Oliver, R. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. // JMR, Journal of Marketing Research, 17, № 3, p. 460; Кехайова-Стойчева, М. Социалнопсихологически аспекти на потребителското поведение. Варна: Проф. Ц. Калянджиев, Икономически университет – Варна, 2008 г., с. 137.

[31] Cronin, Jr., J. Joseph; Brady, K. Michael; G. Hult, G. M. Tomas. Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments**. //** Journal of Retailing, Summer, 2000, Vol. 76, №2, p. 193.

[32] Bitner, M. Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. // Journal of Marketing, 54, 1990, pp. 69–82.

[33] Ruyter, K., J. Bloemer and P. Peeters.. Merging service quality and service satisfaction: an empirical test of an integrative model. // *Journal of Economic Psychology*, 18, 1997, pp. 387–406.

[34] Mitra, D., P. Golder. How does objective quality affect perceived quality? Short-term effects, long0term effects, and asymmetries. // Marketing Sciense, May-June 2006, Vol. 25, №3, pp. 230–247.

[35] Ismail, Azman et al. Exploring the Relationships among Service Quality Features, Perceived Value and Customer Satisfaction. // JIEM, *2*, №1, 2009, pp. 230–250. In: Sumaedi, Y.Bakti, N. Metasari. The effect of student' perceived service quality and perceived price on student satisfaction. // Management Science and Engineering, Vol. 5, №1, 2011, pp. 88–97.

[36] Letcher, D., J. Neves. Determinant of Undergraduate Business Student Satisfaction. // *Research in Higher Education Journal*, 2010, pp. 1–26.

[37] Sumaedi, S., Y. Bakti, N. Metasari. The effect of student' perceived service quality and perceived price on student satisfaction. // Management Science and Engineering, Vol. 5, №1, 2011, pp. 88–97.

1997; Митра и др.[34] 2006; Исмейл[35] 2009; Летчър и др.[36] 2010; Съмеди и др.[37] 2011); дали е незабавна реакция (Битнер[38] 1990); дали е цялостно отсъждане (Цайтхамл[39] 1998); дали е нагласа (Парасураман и др.[40] 1985, 1988; Кронин и Тейлър[41] 1992); дали е асоциация (Акър[42] 2000). Считаме, че възприеманото качество не може и не трябва да се дефинира като асоциация. В психологията асоциациите се определят като връзките на елементите на съзнанието, при които появата на един елемент води до възпроизвеждането на свързаните с него елементи[43]. Не може да дефинираме възприеманото качество само в ролята му на изграждане на връзки между различни елементи в съзнанието на потребителите (оценки, преценки, отсъждания, представи, понятия). В този смисъл гледната точка на Акър, че възприеманото качество е особен вид асоциация, считаме за неточно. Възприеманото качество като незабавна реакция също считаме за неточно дефинирано. Идеята за незабавните реакции отвежда към усещанията като един първичен процес в хода на процеса на възприятие. Логиката на незабавната реакция е свързана с това, че един стимул въздейства на рецепторите и първите реакции, които се получават, са усещанията[44]. Вярно е, че Битнер насочва вниманието към идеята, че „възприеманото качество е незабавната реакция на потребителите след потребление", но един потребител може да има мнение за качеството на един продукт и без да го е използвал. Незабавните реакции също отвеждат и към емоциите като елементи на психиката. Но емоциите са нетрайни във времето, бързо възникват и бързо се потушават. Остават следи в цялостното равнище на потребителско знание, но непреки и не винаги в продължителен период от време, докато преценката за качество на продукта в някои случаи може да остане непроменена в по-продължителен период от време.

Напълно сме съгласни с твърденията, че възприеманото качество е преценка, цялостно отсъждане на потребителите. Това отсъждане може да бъде формулирано в етапа на търсене на информация още преди покупката и използването на продукта. Това отсъждане може да бъде формулирано и след като потребителят има опит от използването на продукта. В този смисъл напълно споделяме мнението, че възприеманото качество е резултат от процеса на възприятие и представлява възприятие или комплекс от възприятия по отношение на продукта и организацията предложител. Често от гледна точка на това в специализираната литература се появява и поняти-

---

[38] Bitner, M. Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. // Journal of Marketing, 54, 1990, pp. 69–82.

[39] Zeithaml, V. Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. // Journal of Marketing, *52, 1988, pp.* 2–22.

[40] Parasuraman, A., V. Zeithaml & L. Berry. A conceptual model of service quality and its implications for future research. // Journal of Marketing, 49, 1985, pp. 41–50; Parasuraman, A., V. Zeithaml and L. Berry. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. // *Journal of Retailing*, Vol. 64, № 1, Spring, 1988, pp. 12–40.

[41] Cronin, J., S. Taylor. Measuring service quality: a reexamination and extension. // Journal of Marketing, *56*, 1992, pp. 55–68.

[42] Aaker, D. Managing Brand Equity. New Jersey: FreePress, 1991. In: Chueh, T. and D. Kao. The moderating effects of consumer perception on the impacts of country-of-desighn on perceived quality. // Journal of American Academy of Business, Mar 2004, 4, 1/2, ProQuest Central, p. 70.

[43] Дилова, М., Г. Николова и др. Речник по психология. София, 1989, с. 32.

[44] Пак там, с. 632.

ето „субективно” качество. Тези отсъждания, независимо кога в процеса на вземане на решение за покупка са формулирани, се съхраняват в паметта, допълват и понякога преструктурират равнището на потребителски знания и участват и в други когнитивни процеси като мотивацията, например. Т.е. в хода на цялостното поведение преценките за качество на един продукт и/или предложител могат да бъдат относително трайни във времето и да имат характер на нагласи. В този смисъл преценката за качеството на продукта е относително стабилна във времето, не е постоянна, но промяната се случва в резултат на по-продължителен опит или наблюдения за продукта или организацията. Преценката на преките потребители на един продукт за неговото качество може да се наблюдава директно, т.е. възприеманото качество не е латентна конструкция[45]. Но обобщената преценка за качество има многомерен характер и се формира в резултат на влиянието на преценки за редица компоненти, свързани с продукта и неговия доставчик. В този смисъл еднакви преценки за качеството на един продукт могат да бъдат предизвикани от различни преценки за качеството по компоненти на продукта и от различен опит.

Важен момент за дефинирането на концепцията за възприеманото качество е свързан с това, преценки и отсъждания за КАКВО извършват потребителите. Изчистването на този момент отвежда впоследствие към коректно дефиниране на източниците за формиране на възприеманото качество при получаваното образование. Анализът на съдържанието на изведените към момента дефиниции ни отвежда към следните моменти:

- преимуществата на услугата (Парасураман, Цайтхамл, Бери[46] 1985, 1988; Акър[47] 1991; Юмиско-Пийкьо и др.[48] 2008);
- планираното предназначение на продукта (Акър[49] 1991);
- алтернативните възможности (Акър[50] 1991);
- опита (преживян или придобит) с една услуга (Цайтхамл[51] 1998);
- процеса и резултата от процеса, в който са включени потребителите (Грьонруус[52] 2001);

---

[45] Т.е. от методическа гледна точка процесът на измерване може да се осъществи директно.

[46] Parasuraman, A., V. Zeithaml, L. Berry. A conceptual model of service quality and its implications for future research. // Journal of Marketing, 49, 1985, pp. 41–50; Parasuraman, A., V. Zeithaml, L. Berry. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. // *Journal of Retailing*, Vol. 64, № 1, Spring, 1988, pp. 12–40.

[47] Aaker, D. Managing Brand Equity. New Jersey: FreePress, 1991. In: Chueh, T., D. Kao. The moderating effects of consumer perception on the impacts of country-of-desighn on perceived quality. // Journal of American Academy of Business, Mar 2004, 4, 1/2, ProQuest Central, p. 70.

[48] www.students.tut.fi/~jumisko, (25.11.2011).

[49] Aaker, D. Managing Brand Equity, New Jersey: FreePress,1991 in Chueh T.U. and D. Kao, The moderating effects of consumer perception on the impacts of country-of-desighn on perceived quality. // Journal of American Academy of Business, Mar 2004, 4, 1/2, ProQuest Central, p. 70.

[50] Aaker, D. Managing Brand Equity. FreePress, 1991. In: Chueh, T., D. Kao. The moderating effects of consumer perception on the impacts of country-of-desighn on perceived quality. // Journal of American Academy of Business, Mar 2004, 4, 1/2, ProQuest Central, p.70.

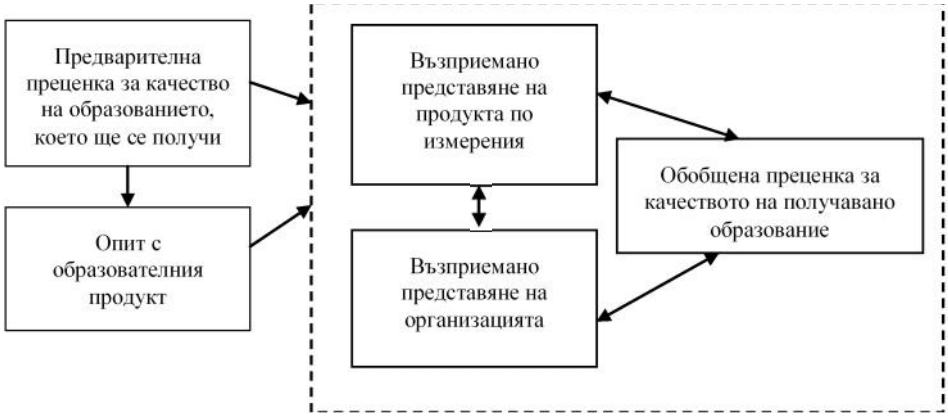
[51] Zeithaml, V. Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. // Journal of Marketing, *52, 1988, pp.* 2–22.

[52] Gronroos, C. The perceived service quality concept – a mistake? // Managing Service Quality, 2001; 11,3; ProQuest Central, p.150.

• за цялостното представяне на продукта (Битнър[53] 1990; Кронин и др.[54] 1992);.

В по-голяма степен можем да отведем тези моменти само към четири от измеренията за дефиниране на качеството изобщо, а именно: качеството като съвкупност от характеристики и възможности; качеството като резултатност; качеството като задоволяване на потребности и желания и до известна степен към качеството като съответствия на изискванията. Приемаме тези позиции като достатъчни и изчерпателни при дефинирането на възприеманото качество. Ориентираме се към използването на по-събирателното понятие „възприемано представяне". Графичен вид на основната концепция за формиране на възприеманото качество е представено на фиг. 1.

Налага се обобщението, че възприеманото качество е абстрактна конструкция, която има многомерен характер. Тя е възприятие, част е от вътрешното поведение на човек и е резултат от интегрирано оценяване на стимулите, които потребителите възприемат по време на търсене, придобиване, получаване на конкретен продукт: продуктовите атрибути и характеристики, планираното предназначение на продукта, алтернативните възможности, опита (преживян или придобит), процеса и резултата от процеса, в който са включени потребителите. Представлява обобщена преценка и отсъждане за цялостното представяне на продукта. Веднъж формирана, преценката участва и в оформянето на по-сложни мисловни процеси като нагласите. Възприеманото качество може да варира във времето.



Фиг. 1. Концептуален модел на формирането на студентската преценка за качество на образованието – обобщена перспектива

Важно е да се уточни, че възприеманото качество може да се разглежда на различни равнища – цялостен сектор на икономическа дейност, конкретен предло-

[53] Bitner, M. . Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. // Journal of Marketing, 54, 1990, pp. 69–82.

[54] Cronin, J., S. Taylor. Measuring service quality: a reexamination and extension. // Journal of Marketing, *56*, 1992, pp. 55–68.

жител, конкретна марка или модел. В спецификата на образованието може да се търси възприемано качество на получавано образование, възприемано качество на обучението по отделна дисциплина, възприемано качество на учебници и учебни помагала и др.

2. Висшето образование като услуга

Разглеждането на възприеманото качество във висшето образование изисква да бъдат изяснени първоначално характеристиките на образователната услуга от маркетингова гледна точка. Поради тази причина е важно да се дефинира по принцип съдържанието на услугата според маркетинговата теория, както и да се посочат класификациите, въз основа на които услугите могат да бъдат систематизирани.

От маркетингова гл. т. услугата може да се определи като: ***необходима, основно неосезаема съвкупност от дейности с участието на клиента, с определена продължителност, локализация и времева ограниченост, чийто резултат е създаването на нематериални блага и множество полезни свойства, удовлетворяващи едни или други потребности срещу заплащане, но без да се прехвърля собственост***[55]. Като засяга основните акценти, които отличават услугата от физическия продукт, цитираното определение очертава и проблемите, които се поставят относно: сложната взаимовръзка дейност – резултат; неосезаемостта като характеристика на дейността; ограничеността по отношение на време, място и начини на предлагане; многообразието от участници, които си взаимодействат пряко и затрудняват контролирането на представянето; нематериалността на получения резултат.

Маркетинговите решения относно услугите изискват тяхното научно систематизиране чрез **класификации,** построени върху различни признаци[56]. Някои икономисти[57] се ограничават до „най-разпространената днес" класификация, която се извършва **според пазара** – потребителски, индустриален – или според потребностите, които се удовлетворяват – лични (персонални услуги) или бизнес (бизнес услуги). По този критерий могат да се добавят и т. нар. услуги за удовлетворяване на обществени потребности[58].

Теорията предлага още и класификация на услугите в зависимост от **характера на дейността по предоставянето им и получателя като обект на предоставяне**. Възможностите за класификация са отразени в таблица 1.

---

[55] Грънчарова, Б. Сегментиране и икономически ползи за фирми предлагащи туристически услуги, Варна: Славена, 2003.

[56] По наше мнение критериите, които разглеждаме допринасят по-доброто изясняване на същността на услугите от маркетингова гл. т.

[57] Митев, Н., М. Чиприянов. Цит. съч., с. 140; Георгиева, Е., Ю. Узунова, Н. Сълова и др. Цит съч., с. 150; Benshel, L., Цит. съч., с. 28.

[58] Песоцкая, Е. Маркетинг услуг – краткий курс. Санкт-Петербург: Питер, 2000, с. 75.

Таблица 1

Характер на дейностите, свързани с предоставянето на услуги

Дейност при създаване на услугата	Кой е прекият получател на услугата	
	индивиди	други обекти
	Услуги, предназначени за тялото на човека	Услуги, насочени към предмет или други физически притежания
Осезаеми дейности	* грижи/здраве * превоз на хора * салон за красота * гимнастически салон * ресторант * фризьорски салон	* наемен транспорт * поддръжка, ремонт * охрана * почистване/измиване * паркоподдържане * ветеринарни грижи
Неосезаеми дейности	Услуги, насочени към човешкото съзнание	Услуги, насочени към неосезаеми притежания
	* **образование** * радиоемисии * информационни услуги * театър * музеи	* банкови услуги * правни услуги * счетоводство * борси * застраховки

** Изт. Eiglier, P., E. Langeard. Servuction. Paris: McGraw-Hill, 1988.*

Други критерии, по които се класифицират услугите, са **присъствието на клиента и степента на контакт по време на предоставянето на услугата**. Класификацията обхваща: услуги, *изискващи присъствието на клиента*, които от своя страна се делят на: услуги с *висока степен на контакт*; услуги с *ниска степен на контакт* и услуги, които *не изискват присъствието на клиента*.

За по-доброто изясняване на ***същността на услугата като процес***, който се разгръща във времето, ще разгледаме още една класификация, много близка до гореспоменатата, а именно **степен на потребителско участие** в процеса на предоставяне на услугата[59]. Според посочения признак услугите се разграничават на: услуги с ниска степен на потребителско участие; услуги със средна степен на потребителско участие и услуги с висока степен на потребителско участие. Авторите, предложили класификацията, използват като разграничителни признаци присъствие на потребителите, необходимост от сътрудничество с потребителите, директно и равностойно участие на потребителите в хода на доставяне на услугата.

[59] Lovelock, Ch., L. Wright. Principles of Service Marketing and Management. New Jersey: Prentice Hall, 2002, p. 54.

Друг много важен критерий, свързан преди всичко с предлагането на доставчиците на услуги, е **нивото на осезаемост на тяхната оферта**. Не са редки случаите, когато границата между материалния продукт и услугата в комплексната оферта е много неясна или много слабо разграничима. Шостак[60] предлага класификация, която обхваща възможните вариации на офертата от „чист продукт" до „чиста услуга":

- „Чистият" продукт представлява оферта с най-значително съдържание на материалност/ осезаемост.
- „Чистата" услуга е на противоположния полюс на чистия продукт. Тя представлява оферта, чието неосезаемо съдържание е максимално.

На практика много от организациите никога не предлагат „чист" продукт или „чиста" услуга. Предлаганите оферти имат т. нар. „хибридни" форми, които представляват:

- Осезаем (материален) продукт с придружаващи го услуги, като задачата на услугите е да увеличават конкурентоспособността на материалния продукт като добавят стойност.
- Оферта, състояща се в еднаква степен от материален продукт и услуги.
- Основно услуга или неосезаем продукт с придружаващи второстепенни материални продукти и услуги.[61].

Колкото дадена оферта се доближава до състоянието на „чиста" услуга, толкова поведението на потребителя става по-нерешително и колебливо именно в зависимост от евентуалния риск, който би поел при покупка. Това е така, защото степента на неосезаемост както в процеса, така и в резултата, затруднява потребителя в преценката му за очаквано качество.

Разгледаните дотук класификации позволяват същността на образователния продукт да бъде дефинирана ясно и прецизно.

Във връзка с основната идея на разработката под образователен продукт в изложението ще разбираме продуктът, предлаган във висшето образование, т.е. процеса на обучение.

В най-общ план той може да се разгледа в два аспекта:

- от гл. т. на организациите, които го предлагат: комплекс от образователни, административни услуги, услуги по настаняване, изхранване и др., които предоставящият предлага на своите потребители;
- от гл. т. на „първичните" потребители[62]: пакет от услуги, за които потребителят заплаща, за да получи в замяна добро и качествено образование.

---

[60] Dupont, F., Цит. съч., p. 20.

[61] Митев, Н., М. Чиприянов. Цит. съч., с. 140.

[62] Споделяме идеята, че потребителите в сферата на висшето образование са първични (онези, които са пряко включени в учебния процес и подлежат на трансформация, от гледна точка на придобиване на по-висока образователно-квалификационна степен) и вторични, но не второстепенни (онези, които ползват обучените в университетите кадри с висша квалификация).

Става ясно, че основните компоненти на образователния продукт са услугите[63].

От направените класификации можем да обобщим, че той (образователният продукт) е насочен главно към човешкото съзнание, което предполага и висока степен на неосезаемост, както на процеса на предоставяне, така и на резултата след потребяването му (вж. табл. 1). Висшето образование в основната си част представлява „хибридна“ оферта с преобладаващо неосезаемо съдържание и висока степен на потребителско участие в процесите на предоставяне и потребление. За да се предостави качествена и цялостна услуга, към неосезаемите елементи се добавят и осезаеми такива, които са важна съставна част на образователния продукт и имат функцията да правят възможен и лесен процеса на обучение. Ето защо ***образователният продукт може да се представи като съвкупност от неосезаеми елементи, физически елементи и процес, като основният предмет на обмяна са услугите.***

В процеса на вземане на решение за покупка на продукти с преобладаващи неосезаеми компоненти основна роля играе оценката на евентуалната удовлетвореност, която потребителят получава. Високата степен на неосезаемост прави тази оценка много по-трудна, а колкото по-трудна е тя, толкова по-големи са колебанията при покупка. Все пак при протичането на образователния процес съществуват и голям брой чисто осезаеми елементи като учебници и учебни помагала, сгради, средства за представяне и онагледяване на учебния материал, преподавателите, служителите от обслужващите звена. Самият процес на предаване и придобиване на по-висша квалификация е неосезаем, но цялостното възприятие за процеса на обучението е повлияно и от споменатите вече осезаеми елементи. Даже при използването на дигиталните технологии в сферата на висшето образование, когато процесът на обучение се превръща до известна степен във виртуален, възприятията за получаваната услуга могат да бъдат повлияни от такива неща като: съдържание на учебните планове и програми, скорост на обмен на информация, скорост на осъществяване на връзка с преподаватели и други участници във виртуалната група; качество на графични, аудио и видео изображения.

На услугите са присъщи редица характеристики, които е необходимо да бъдат отчитани. За целите на настоящото изследване тяхното дискутиране се налага поради необходимостта от определяне и извеждане на специфичните особености на образователната услуга и влиянието им върху потребителските оценки и възприятия.

От специализираната литература могат да се изведат най-малко четири основни характеристики: **неосезаемост, неделимост, хетерогенност и несъхраняемост.** Тук коментираме само тяхното специфично проявление в сферата на висшето образование.

[63] От маркетингова гл. т. продукт е всичко, което се предлага, с цел да удовлетвори определена потребност. В тази връзка продукт в маркетингов смисъл могат да бъдат както физическите предмети, така и услугите, идеите и хората. По-нататък в изложението под образователен продукт ще се разбира съвкупност от услуги, предлагани на потребителя. С цел избягване на повторенията от езикова гледна точка в настоящото изложение понятията образователен продукт и образователна услуга се използват като взаимозаменяеми.

Неосезаемостта на образователната услуга се изразява в невъзможност ползите от образованието да бъдат демонстрирани предварително или изпробвани от потребителите, преди да са се ангажирали с определен образователен продукт и да са заплатили за това. Те се предлагат като обещание за добро, качествено и полезно образование. Потребителите купуват обещания, които могат да имат различно звучене в зависимост от нагласите и очакванията на отделните индивиди. Едни очакват да имат успешна реализация след завършването, други – да срещнат нови приятели, да се озоват в по-престижна социална среда, да получат възможности за излизане в чужбина, да се установят на ново място за живот и работа, да завършат пълния курс на образованието си и т.н. Всичко, което се корени във въображението на индивида, може само да бъде обещано от образователната институция и това поражда съответни трудности при предлагането и продажбата на този вид услуги.

Неосезаемостта се проявява и като „преживявания“, които потребителят има от момента на кандидатстването си до момента на завършване на образованието, т.е. освен „диплома“ студентът не придобива нищо осезаемо, остават само знания, умения, спомени и впечатления.

Този факт прави много трудна оценката за качество от самите потребители преди и след потреблението на образователната услуга. В първата част на разработката беше споменато, че възприеманото качество е абстрактна конструкция, която има многомерен характер и представлява обобщена преценка и отсъждане за цялостното представяне на една услуга, като не може да се концептуализира а приори дали осезаемите, или неосезаемите компоненти имат доминиращо влияние върху възприятията за качество. Всеки потребител формира своя субективна оценка за получаваното качество, която може да варира във времето и под въздействието на различни ситуационни фактори и условия. По тази причина е добре при изследването на потребителските оценки за възприемано качество да се използват определени критерии, с които да може да се постигне сравнимост на оценките от гл. т. на едно проследяващо във времето (тракинг) изследване. От друга страна, потребителската оценка може да се формира както за отделните години на обучение, за отделните дисциплини или за целия период на обучение, така и според различните области и условия на образование. Това налага тя да бъде изследвана в различни групи, условия и области на висшето образование[64].

Неделимостта при образователните услуги представлява описаната според Ратмел (Rathmel)[65] причина производството и потреблението при услугите да съвпадат. В този маркетингов смисъл неделимостта може да доведе до ситуация на затруднено осигуряване на цялостно очаквано удовлетворение на потребителите, защото образователните услуги са основани на базата на широки междуличностни взаимоотношения. Те непрестанно пораждат опасност от конфликти между отделни групи потребители, от една страна, и проблеми в директното взаимодействие

[64] Провеждането на такова изследване излиза много извън целта на настоящата студия, но предстои да се случи като следващ етап в целия научен проект.

[65] Dupont, F. Management des services. Paris: ESKA, 2000.

преподаватели – обучавани или служители – обучавани, от друга. Ако образователната институция желае отношенията, които ще се установят, да са положителни или в най-добрия случай неутрални, но в никакъв случай негативни, тя трябва да обръща сериозно внимание на предпочитанията, поведението и оценките на потребителите на образователните услуги. От друга страна, трябва да се поддържа и развива квалификацията и способността на преподаватели и служители да откликват своевременно и адекватно на всички промени в потребителските изисквания и поведение. От характера на взаимодействието между обучаващи, служители и обучавани зависи преценката на последните за качеството на цялостния образователен процес.

Хетерогенността на образователните услуги отразява техния променлив характер от гл. т. на качество на предоставяне. Широкият кръг междуличностни взаимоотношения, създаващи се в процеса на производство и потребление на услуги, винаги оставя индивидуален отпечатък, който е уникален и не се повтаря при следващо изпълнение на същата услуга. За да може и в най-малка степен да се търси стандартизиране на образователната услуга, първо трябва да се реши проблемът за оценка на нейното качество. От една страна, качеството би могло да бъде оценено по диаметрално противоположен начин от всяка от страните (за предоставящия то може да е много добро, но за потребителя – много лошо). От друга страна, качеството зависи много силно от ситуациите и психологическите условия, в които се намира всеки един от индивидите в дадения момент. Всичко това може да означава, че при идентично предоставяне на еднаква услуга един потребител може да бъде удовлетворен, а друг не. Възможни са и ситуации, когато един и същи потребител изразява различни нива на удовлетворение всеки път, когато потребява една и съща услуга в рамките на периода на образование.

Особеното при образователната услуга е, че освен едновременното предоставяне и потребление, върху нейното качество влияят не само споменатите вече фактори, свързани с потребителите, обслужващия персонал и процеса на предоставяне. Нейните пространствени, количествени, качествени, структурни и стойностни параметри са подложени на непрекъснати влияния на обективни, външни и конюнктурни условия, произтичащи от изменения в икономическите, политическите, правните или други изменения в обкръжаващата среда. Това обстоятелство прави „обещанието” за реализация на мечтите още по-трудно за изпълнение, тъй като образователните институции не са способни да влияят пряко върху проявяващите се негативни изменения, които обаче имат директно въздействие върху удовлетвореността на потребителите. Нивото на смекчаване на недоволството може да се повиши само ако предоставяната образователна услуга е изработена и съобразена изцяло съгласно потребителските стандарти за качество, като по този начин се компенсират негативните влияния на средата.

Несъхраняемостта е четвъртата важна характеристика на услугите, която е присъща и на образователните услуги. Те не могат да бъдат складирани за по-късна продажба. Ако студентските скамейки останат незаети, те представляват доход, който никога няма да бъде компенсиран, той е изгубен безвъзвратно. Поради невъзможността за съхранение на образователните услуги, институцията, която ги предлага, трябва да направи всичко по силите си, за да привлече и задържи

необходимия брой потребители. За целта трябва да се стреми да предоставя най-близкия до техните представи качествен и перспективен продукт.

В някои разработки[66], освен четирите основни характеристики на услугите като тяхна отличителна черта, се споменава и ***липсата на собственост***. Необходимо е да се осъществи максимално „сцепление" между потребителските представи и предлагането на качествена образователна услуга, така че да се постигне висока удовлетвореност, без да се придобива собственост.

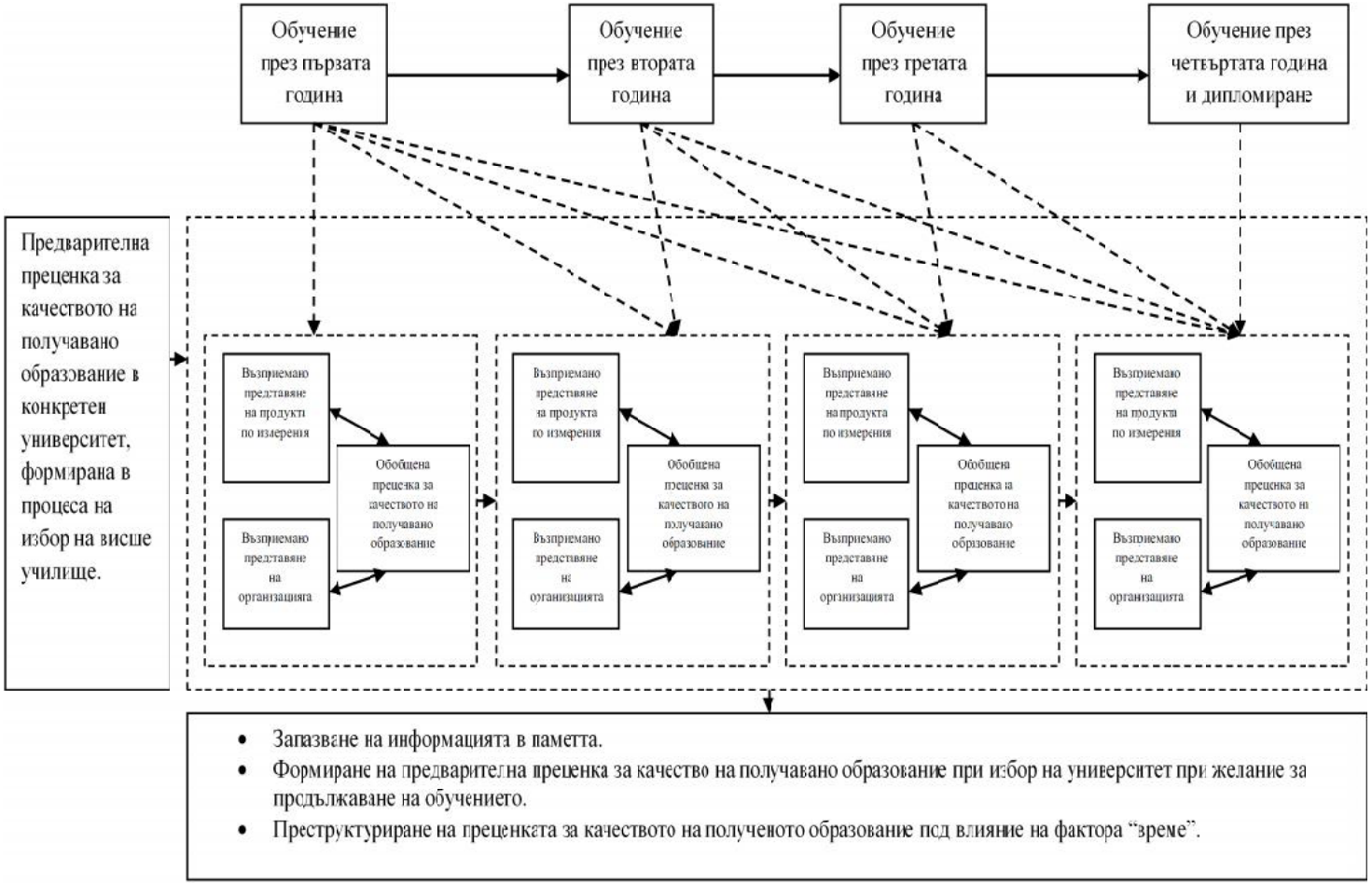
Особеност, която е присъща на образователния продукт, респективно услуги, е тяхната **неподвижност.** В повечето случаи, за да се предостави образователна услуга, студентите трябва да преодолеят разстоянието от тяхното местоживеене до конкретната образователна институция. Този факт усложнява още повече избора на потребителите, защото, напускайки родното си място, те трябва да се съобразяват с редица фактори като: чужда територия, стандарт на живот, равнище на цените и наемите в съответното място на обучение и др. Известна особеност съществува при дистанционните и изнесените форми на обучение, но като цяло неподвижността е характеристика на образованието. Въпреки че не се отнасят пряко към образователната услуга, тези фактори оказват значително влияние върху потребителската преценка за качество на услугата „висше образование" и в значителна степен усложняват задачата по привличането на потенциални потребители. В тази връзка може да се направи изводът, че *добрият анализ на потребителските възприятия за качество и предлаганият на тази база образователен продукт ще подпомогнат потенциалните потребители в избора им за преодоляване на необходимото разстояние и потребяването на точно този продукт.*

Съгласно ограниченията на настоящото изследване авторите фокусират вниманието си тук само върху възприеманото качество от студентите бакалаври. В този смисъл възприеманото качество по отношение на процеса на обучение е възможно да бъде формиран/о още в хода на избор на университет, т.е. в процеса на вземане на решение за това, къде да се продължи образованието. Факторите, които формират тази предварителна преценка за качество, са разнообразни и са свързани с личностни характеристики, социални и културни детерминанти на кандидат-студентите в ролята им на потребител[67], който избира психологически особености и от особеностите на етапа в процеса на вземане на решението за избор на университет (предварителна информация за предлагането).

---

[66] Благоев, В. Маркетинг. София: ВЕККО, 1998; Hutt, M., W. Speh. Business Marketing Management-A strategic View of Ind.& Organiz. Markets. The Dryden Press, 1995; Horner, S., J. Swarbrooke. Marketing, Tourism, Hospitality & Leisure in Europe. London: Int. Thomson Business Press, 1996.

[67] В специализираната литература съществува разбиране, че са възможни два подхода, свързани с отношението към студентите и тяхната позиция във висшето образование: потребителски ориентирания и продуктово ориентирания, Emery, C., T. Kramer, R.Tian. Customer vs. products: adopting an effective approach to business students. // Quality assurance in education, Vol.9, №2, 2001, pp. 110–115. Тук изследователския екип се ориентира към разумното съчетаване и на двата подхода. Т.е. студентите в процеса на обучение преживяват трансформация в образователно квалификационно отношение, но и са първичните потребители на комплекса от услуги, чрез който се извършва трансформацията.



Фиг. 2. Концептуален модел на формирането на студентската преценка за качество в процеса на обучение

Влезли в университета, студентите бакалаври започват да трупат конкретен опит: начин на преподаване, впечатления за преподаватели и взаимоотношения с тях, впечатления за изучавани дисциплини, впечатления за оценяване и всичко друго, което е изведено по-горе като съдържателни компоненти на образованието като услуга. Във всеки един момент тяхната предварителна преценка за качеството се модифицира от трупащия се последователно опит. Под влияние на различни фактори във всеки момент студентите могат да кажат дали образованието, което получават, е качествено, или не.

В края на обучението им, поради факта, че има натрупани редица преживявания в рамките на четиригодишния процес на обучение, се формира и „крайната" преценка. „Крайна", защото е в края на периода на обучение, но не и окончателна. Тя става основа за предварителна преценка за качество при продължаване на образованието, но и подлежи на промяна във времето (фиг. 2).

Направеният анализ на същността и особеностите на образователната услуга позволява да заключим, че, от една страна, познаването им предоставя възможности за разработване на програми и инструменти за насочване на потребителите към точно определен образователен продукт. От друга страна, за да бъде конкурентоспособна всяка образователна институция, трябва да провежда системно проучване и анализ на очакванията, предпочитанията, изискванията и оценките на потребителите за желано и получавано качество в процеса на обучение.

3. Източници за формиране на преценката на студентите за качеството на получаваното образование

Парасураман, Цайтхамл, и Бери[68] са първите, които операционализират модел в областта на оценката на качеството на услугите. В резултат на проучвания с фокусни групи те извеждат 10 ключови критерия за оценка на качеството на услугите, наричайки ги детерминанти[69]. През 1988 г. те променят модела, създавайки и валидирайки SERVQUAL[70]. В него детерминантите са вече само пет: ***осезаемост*** (обслужващи обекти, оборудване и външен вид на персонала); ***надеждност*** (възможност да се изпълняват обещаните услуги сигурно и точно); ***отговорност*** (готовност да се помага на потребителите и да се осъществява бързо обслужване); сигурност/увереност (знания, учтивост на служителите и тяхната възможност да вдъхват доверие и конфиденциалност); емпатия (грижовност и индивидуализирано внимание, които фирмата предлага на потребителите си). С тези детерминанти те обвързват 22 характеристики.

Разбира се, валидизираният през 1988 година SERVQUAL е един универсален инструмент за оценка на качеството на предлаганите услуги, но той получава широко адаптиране по отношение на различни сфери на бизнес действителността. Една от тях е висшето образование.

---

[68] Parasuraman, A., V. Zeithaml, V., L. Berry. A conceptual model of service quality and its implications for future research. // Journal of Marketing, 49, 1985, pp. 41–50.

[69] В концептуалният модел от 1985 година детерминантите са били: надеждност, отговорност, компетентност, достъпност, учтивост, комуникация, правдоподобност, сигурност, разбирателство, осезаемост.

[70] Parasuraman,, A., V. Zeithaml, L. Berry. Multiple-method listening: the building of a service quality information system. // Sloan Management Review, Vol. 65, № 76, 1997, pp. 65–76.

Пример за прилагане на SERVQUAL е направеното от Съмеди[71] и група автори проучване на възприеманото качество в областта на висшето образование. Техният адаптиран модел има следните детерминанти и съответното разбиране за тях: ***надеждност*** (способност за точно изпълнение на обещаната образователна услуга); ***сигурност/увереност*** (знания и учтивост на университетския персонал, и способността им да генерират доверие и увереност); ***осезаемост*** (външния вид на сградите за обучение; оборудването; персонала и техническите средства за комуникация); ***емпатия*** (грижа на университета и индивидуализирано внимание към студентите); ***отговорност*** (готовност да се помага на студентите и да им се предложи бързо обслужване).

Шекарчизада, Разли и Хон-Тат[72] адаптират SERVQUAL за нуждите на висшето образование. Те разработват и адаптират модел, който взема под внимание и известния GAP модел. Така освен оценка на качеството авторите търсят отговор и относно следните пет типа несъответствия:

- несъответствие между това, какво студентите очакват и какво мениджмънтът възприема за очаквания на студентите;
- несъответствие между мениджърските възприятия за студентските очаквания и пренасянето им в спецификацията за качество и дизайн на услугата;
- несъответствие между спецификацията или стандарта за качество на услугата и действителната услуга, която се предлага на студентите;
- несъответствие между качеството на предлаганата на студентите услуга и обещаното от институцията качество на услугата;
- несъответствие между очакванията на студентите и възприеманата услуга.

Техният модел, както и оригиналният, е организиран в 5 детерминанти, но вече с 35 твърдения (виж таблица 2).

[71] Sumaedi, S., M. Bakti. The Students' Perceived Quality Comparison of ISO 9001 and Non-Iso 9001 Certified School : An Empirical Evaluation. // International Journal of Engineering & Technology IJET-IJENS, Feb. 2011, Vol. 11, № 01.

[72] Shekarchizadeh, A., A. Rasli, H. Hon-Tat. SERVQUAL in Malaysianuniversities: perspectives of international students. // Business Process Management Journal Vol.17, №1, 2011, pp. 67–81, www.emeraldinsight.com/1463-7154.htm

Таблица 2

Адаптиран SERVQUAL на Шекарчизада, Разли и Хон-Тат[73]

Детерминанта	Твърдения
Професионализъм	– Членовете на факултета са добре облечени – Факултетът предоставя услугата в обещаната времева рамка – Услугата се предоставя още от първата среща – Факултетът поддържа архив без грешки – Факултетът може точно да каже кога услугите са били предоставени – Факултетът Ви предоставя точните услуги – Факултетът с лекота помага при поискване – Факултетът точно отговаря на запитванията – Факултетът внушава увереност у Вас – Представителите на факултета са винаги учтиви – Членовете на факултета имат знания, за да отговорят на въпросите Ви – Факултетът осигурява индивидуализирано внимание – Факултетът винаги Ви желае най-доброто от сърце – Факултетът разбира Вашите специфични нужди
Надеждност	– Ако нещо бъде обещано, се прави – Поддържащият персонал предоставя услугата в обещаната времева рамка – Поддържащият персонал предоставя услугата още от първата среща – Поддържащият персонал поддържа архив без грешки – Поддържащият персонал може точно да каже кога услугите са били предоставени – Поддържащият персонал може точно да каже кога услугите са били предоставени
Отзивчивост	– Персоналът винаги е готов да помогне – Поддържащият персонал отговаря на запитвания през цялото време – Поведението на поддържащия персонал Ви внушава увереност – Поддържащият персонал винаги е учтив с Вас – Поддържащият персонал има знания, за да отговори на въпросите Ви – Поддържащият персонал осигурява индивидуализирано внимание –Персоналът винаги Ви желае най-доброто от сърце – Поддържащият персонал разбира Вашите специфични нужди
Осезаемост	– Използват се съвременна техника и технологии – Физическите съоръжения са визуално привлекателни – Материалите са визуално привлекателни.
Ангажираност	– Показва се искрен интерес при разрешаване на проблемите Ви – Вписвате се безпроблемно в учебната среда – Работните часове са в удобно за Вас време – Поддържащият персонал е добре облечен

Виждайки твърденията, е логично да стигнем до заключението, че тук по-скоро става въпрос за качество на административното обслужване. Това може да се обясни с факта, че авторите свързват високото качество във висшето образование с добрите постижения по отношение на учебните планове и административните процеси.

Шекарчизада, Разли и Хон-Тат, създавайки своя модел, подхождат с разбирането, че SERVQUAL е създаден и верифициран като универсален модел за широк кръг услуги. Отчитайки различията при образователната услуга, те потвърждават именно този вид на 5-детерминантен модел и същевременно го валидират в рамките на пет висши училища в Малайзия.

[73] Пак там.

Въпреки че SERVQUAL е получил много адаптации и редица автори го определят като най-съществен, през 1992 г. Кронин и Тейлър[74] доказват своето твърдение, че при него оценката на качеството става на базата на погрешна парадигма. Те валидират модел, който отчита влиянието на нагласите върху тази оценка. Кронин и Тейлър доказват, че разработеният от тях модел, наречен SERVPERF, е по-удачен за измерване качеството на дадена услуга. Моделът търси неговото разкриване в следните измерения:

1) ОЧАКВАНИЯ – относно характеристиките на предлаганите услуги;
2) ИЗПЪЛНЕНИЕ – възприятия относно отделните характеристики на услугата;
3) ЗНАЧИМОСТ – възприятията за значимостта (важността) на всяка една характеристика от поръчаната услуга;
4) ДРУГИ – възприятия за услугата като цяло.

SERVQUAL и SERVPERF са универсални модели и не отчитат спецификите на отделните браншове.

Ади Атияман[75], която е водена от критицизма си към SERVQUAL, разработва и валидира самостоятелен модел за оценка на възприеманото качество в областта на висшето образование. Основните измерения в модела са:

- **надеждност** – възможност за сигурно и точно извършване на услугата;
- **учебен курс –** фокусът е върху съдържанието на курса;
- **осезаемост –** външен вид на физическите съоръжения и предоставяне на подходящо оборудване;
- **лекции –** фокусът е върху презентациите и организацията на лекциите;
- **учебни материали –** предоставяне на подходящи учебни материали;
- **отговорност –** желание за подпомагане на студентите и осигуряване на обратна връзка за изминалите задачи;
- **достъпност –** лесен контакт.

В резултат на направеното проучване се валидира инструмент с 14 елемента, който е наречен UNISERQUAL. Окончателните фактори и променливи са[76]:

✓ ***Фактор 1***: *Физически съоръжения* – модерно оборудване, визуално привлекателни физически съоръжения и подробни учебни материали.

✓ ***Фактор 2***: *Академичен състав* – добре подготвени и организирани преподаватели, ясно представяне на материалите, казващи какво очакват от студентите преподаватели, загрижени за обучението на студентите преподаватели, практикуващи близко наблюдение на студентската работа преподаватели и осигуряващи редовно време за консултации на студентите.

✓ ***Фактор 3***: *Резултати от обучението* – подобряване на комуникационните способности на студентите, подобряване на студентските компетенции за разрешаване на проблеми, гаранции, че завършващите са компютърно грамотни и осигуряване на ефективното преминаване на курсовете по математика.

---

[74] Cronin, J. S. Taylor. Measuring service quality: reexamination and extension. // Journal of Marketing, Vol. 56, 1992, pp. 55-68.

[75] Athiyaman, A. Perceived service quality in the higher education sector: An empirical analysis, ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge

[76] Тези фактори и променливи са най-значимите при оценката на качеството на образованието в Университета на Западен Сидни – Австралия според направено за целта проучване от Ади Атияман. Резултатите са валидирани само в рамките на този университет.

Конг и Мътъсами[77]разработват модел за оценка на възприеманото качество, който се базира на предложения от Грьонруус[78]. Те съставят инструмент с 37 пункта, който им дава възможност да оценят качеството на услугата в следните измерения и със съответните фактори: образ на услугата; техническо качество (академични знания, академични курсове/програми, социални/кариерни възможности); функционално качество (университетски съоръжения, университетско обезпечаване – персонал и курсове); качество на периферния продукт (обстановка, настаняване, основни сгради, студентска поддръжка).

Абдула[79] разработва и валидира инструмент за оценка на качеството на получаваната услуга в областта на висшето образование, като за целта се използват автентични за сектора детерминанти. Предложеният инструмент е наречен HEdPERF (**H**igher **Ed**ucation **PERF**ormanceonly). Моделът е съставен от 41 променливи, които се отнасят до следните 6 фактора:

- ***Фактор 1***: НЕ-академични аспекти (грижовност и учтивост; академични съоръжения; минимален размер на класовете; образован и опитен академичен състав; грижа и персонализирано внимание и др.) – наблюдават се елементите, които се отнасят до осигуряване на възможност на студентите да изпълняват учебните си ангажименти. Авторите отнасят тук задължения, приоритетни за неакадемичния състав.
- ***Фактор 2***: Академични аспекти (познания в съдържанието на курса; грижовност и учтивост; добра комуникация; позитивно отношение и др.) – имат се предвид елементи, за които отговорност носи само и единствено академичният персонал.
- ***Фактор 3***: Репутация (вътрешна програма за качество; съоръжения за забавления; образован и опитен академичен състав и др.) – наблюдават се елементи, които насочват вниманието ни към важната роля на висшето учебно заведение в изграждането на професионален имидж.
- ***Фактор 4***: Достъпност (чувство за обезпеченост и увереност; равно третиране и уважение; лесна достъпност по телефон и др.) – тук се наблюдават елементи, отнасящи се до въпроси, свързани с достъпността, лекотата на контакт, пригодността и удобството.
- ***Фактор 5***: Програмни въпроси (обратна връзка относно напредъка; разнообразие от програми и специализации; академични програми с добра репутация и др.) – тук се търси значимостта на предлагането на популярни широко мащабни и уважавани академични програми (специализации), с гъвкава структура и учебен план.
- ***Фактор 6***: Разбиране (отговор на искане за помощ; идеално разположение на университета; консултантски услуги и др.) – тук елементите се отнасят

[77] Kong, S., K. Mathusamy. Using service gaps to classify quality attributes. // The TQM Journal, Vol. 23, № 2, 2011, pp. 145–163, Emerald Group Publishing Limited

[78] GroËnroos, C. Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition, DC Heath and Company, Lexington, MA., 1990, p.47

[79] Abdullah, F. The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for higher education. // International Journal of Consumer Studies, online publication, 20 October, 2005.

до разбирането на студентските нужди по отношение на консултантски и здравни услуги.

Сентилкъмар и Арулрадж[80] също предлагат самостоятелен модел за измерване на качеството на получаваната услуга в областта на висшето образование. Тяхното изследване е проведено в Индия, като изведеният от тях модел е наречен SQM-HEI. Авторите търсят взаимовръзка на следните фактори и възприеманото качество от предлаганата образователна услуга:

- Преподавателска методология – релевантен учебен план; подпомагане на преподаването и обучението; теоретични и практически знания на академичния състав; учебни материали; степен, в която изпитите съответстват на преподадения по време на учебния курс материал; степен, в която преподавателите представят адекватни за времето учебни предмети.
- Промяната в обкръжаващата среда като фактор за обучението.
- Дисциплинарни мерки.
- Разположение на университета.
- Качество на образованието.

Един друг аспект по отношение на измерването на качеството на образователната услуга внасят Дал и Смимау[81], търсейки връзка между възприеманото качество на преподаването и мотивационната ориентация на студентите. За целите на проучването си авторите се стремят да измерят влиянието, което има мотивацията на студентите при оценката на следните осем SEEQ[82] елемента: ***обучение*** (степен, в която студентите смятат, че са получили ценен преподавателски опит); ***ентусиазъм*** (студентските възприятия за влагания от преподавателите ентусиазъм, чувство за хумор и способност да задържат вниманието); ***организация*** (организация на курса, учебни материали, презентации); ***взаимодействие*** (степен, в която преподавателите стимулират учащите за активно включване в групови дискусии и свободно споделяне на идеи); ***разбирателство*** (степен, в която студентите смятат, че преподавателите се държат приятелски, отворени към студентите и отделят необходимото внимание и извън учебната зала); ***широчина*** (възприятия относно склонност на преподавателите да използват алтернативни подходи при поднасяне на информация); ***задачи*** (възприемана справедливост при оценяване); ***материал*** (преценка за ценността на задължителните материали за четене, за разбиране на изучаваните теми).

Посредством направеното изследване авторите емпирично доказват, че личната мотивация на студентите оказва влияние при формиране на оценката за възприеманото качество на преподаването в областта на висшето образование и следователно тя трябва да се има предвид и при създаването на модел за оценка на качеството от образователната услуга (вж. таблица 3).

---

[80] Senthilkumar, N., A. Arulraj. SQM-HEI – determination of service quality measurement of higher education in India. // Journal of Modelling in Management, Vol. 6, №1, 2011, pp. 60–78, Emerald Group Publishing Limited 1746-5664.

[81] Dahl, D., K. Smimou. Does motivation matter? On the relationship between perceived quality of teaching and students' motivational orientations. // Managerial Finance, Vol. 37, № 7, 2011, pp. 582–609, Emerald Group Publishing Limited 0307-4358

[82] SEEQ е стандартизиран инструмент за оценка на учебни курсове, който е широко използван и емпирично доказан.

Таблица 3

Автори, разработили модели за оценка на качеството във висши учебни заведения

Автор	Година	Измерения																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Парасураман, Цайтхамл, Бери	1988	X	X	X	X	X																										
Съмеди, Бакти	2011	X	X	X	X	X																										
Шекарчизада, Разли, Хон-Тат	2011	X	X				X	X	X																							
Кронин, Тейлър	1992									X	X	X	X																			
Атияман	2000	X	X	X										X	X	X	X															
Конг, Мътъсами	2011																	X	X	X	X											
Абдула	2005																X					X	X	X	X	X						
Сентилкъмар, Арулрадж	2011																										X	X	X	X	X	
Дал, Смимау	2011																															X

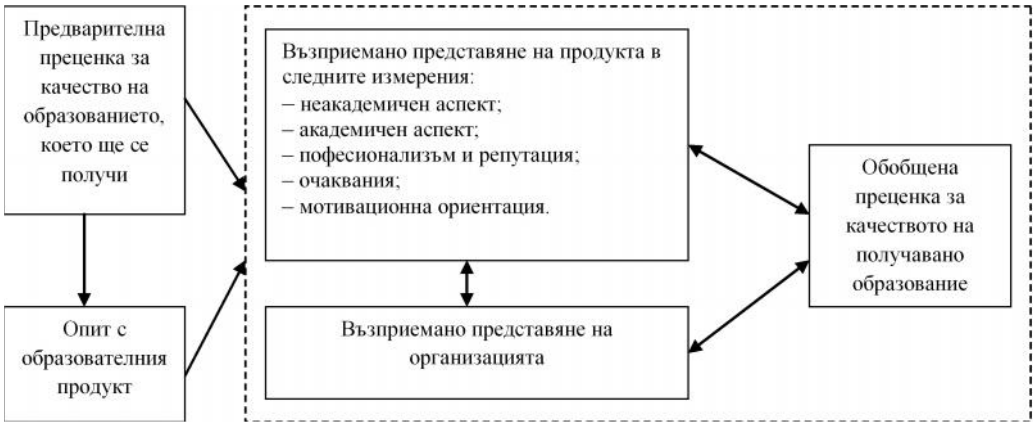
Легенда:

1. Осезаемост
2. Надеждност
3. Отговорност
4. Сигурност
5. Емпатия
6. Професионализъм
7. Отзивчивост
8. Ангажираност
9. Очаквания
10. Изпълнение
11. Значимост
12. Други, характеризиращи услугата като цяло
13. Учебен курс
14. Лекции
15. Учебни материали
16. Достъпност
17. Образ на услугата
18. Техническо качество
19. Функционално качество
20. Качество на периферния продукт
21. Не-академични аспекти
22. Академични аспекти
23. Репутация
24. Програмни въпроси
25. Разбиране
26. Преподавателска методология
27. Промяна в обкръжаващата среда като фактор за обучението
28. Дисциплинарни мерки
29. Разположение на университета
30. Качество на образованието
31. Мотивационна ориентация на студентите

От всичко казано дотук се вижда, че имаме две основни насоки за оценка на качеството. Моделите, базирани на SERVQUAL, са насочени по-скоро към оценката му в контекста на административното проучване. Друга група автори насочват вниманието ни към процеса на преподаване и съответно възприятията на студентите за него. Можем да направим следните обобщения относно по-важните фактори за формиране на преценката на студентите за качеството от получаваното висше образование:

- НЕ-академичен аспект – тук можем да включим възприятията относно: разположение на университета; университетските съоръжения и оборудване; външен вид на административния персонал; възможността да се изпълняват дадените обещания; знания и учтивост на административния персонал; готовност за помощ на студентите от страна на административния персонал; скорост на обслужване; способността на служителите да вдъхват доверие и чувство за конфиденциалност; обратната връзка във взаимоотношенията с административния и обслужващ персонал.
- Академичен аспект – възприятия относно: методи и технически средства за комуникация; външен вид на академичния персонал; знания и учтивост; готовност за помощ на студентите; доверие, което вдъхват преподавателите.
- Професионализъм и репутация – възприятия относно: преподавателската методология; учебните курсове; лекции; предоставяни учебни материали; вътрешна програма за качество; опит на преподавателите. Очаквания – очаквания относно включените характеристики в образователната услуга.
- Очаквания – очаквания относно включените характеристики в образователната услуга.
- Мотивационна ориентация на студентите.

В графичния концептуален модел за формирането на възприеманото качество в процеса на обучение може да се направят следните допълнения, свързани с източниците за формиране на преценките на студентите.



Фиг. 3. Концептуален модел на формиране на студентската преценка за качество на образованието – по източници

4. Примери за добри практики при оценка на възприеманото качество на образователния продукт

В настоящия параграф авторите изследват разпространението на практиката по следене на преценките на студентите за качеството на получаваното образование. В съответствие с последната задача на настоящата студия, тук се търси и допълнително аргументиране за актуалността на тематиката. Това наложи провеждането на кабинетно проучване. Обектът на изследване се ограничи до проучване на:

- практическия опит на водещи университети от Англия и Германия, тъй като те са най-предпочитаните дестинации за обучение от българските студенти според неофициални данни към 2011 г.[83];
- опита на местни университети, водещи в класацията за 2010 в професионално направление „Икономика“, тъй като по презумпция студентите (потенциални, настоящи и бивши) на дадено ВУ (в случая ИУ – Варна) сравняват качеството на предлаганото образование с това на неговите преки конкуренти;
- университети (национални и международни), които имат богат научен опит в изследвания, чийто предмет е възприеманото качество на висшето образование от страна на студентите.

Логично е наблюдението на практиката на великобританските университети и колежи да започне с опита на обявения за най-добър университет според една от световните класации за 2011/2012[84], а именно Университета в Кеймбридж. От сайта на университета става ясно, че световно признатият лидер във висшето образование се е доверил на външна организация при оценяване на удовлетвореността на своите студенти от качеството на предоставяното обучение[85]. От 2005 г. университетът участва в Годишното национално проучване на студентите (NSS), организирано от Ипсъс Мори по поръчка на Съвета за финансиране на Висшето образование в Англия (HEFCE)[86]. Въпросникът е стандартизиран и включва 22 твърдения, с които се дава оценка по шестстепенна скала за следните елементи на качество на съответния образователен курс[87]: *преподаване в курса* (отношение и поведение на обучаващия персонал); *оценяване и обратна връзка* (яснота, прозрачност и справедливост на оценъчни критерии и качество на обратната връзка); *академична подкрепа* (съвети и подкрепа, взаимоотношения); *организация и управление*

[83] Висшето образование във Великобритания е на първо място в статистиката на желанията на родните кандидат-студенти. Броят на учещите на Острова българи само за последните няколко години се е увеличил трикратно. Студентите ни в германските висши учебни заведения са 12 500, а в американските и канадските – общо около 3 664. Висок е броят им и в холандските и датските университети и колежи. Източник: http://malta.world-education.bg (19.08.2011).

[84] http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2011 (12.09.2011).

[85] В Кеймбридж има изградена и вътрешна система за оценка от страна на студентите, но тя по-скоро бива използвана за оптимизация на комуникацията в посока студенти-университет.

[86] Проучването се провежда сред всички колежи и университети (частни и държавни) в Англия, Уелс, Северна Ирландия, както и 14 университета от Шотландия. Целевата аудитория са студентите последен курс от съответната образователна степен (бакалавър, магистър, докторант).

[87] http://ebookbrowse.com/nss-2011-questionnaire-pdf-d61364298 (03.12.2011).

(учебно разписание, навременно информиране, цялостна организация на курса); учебни ресурси (библиотека, IT, съоръжения) и лично развитие (подкрепа за увереност, комуникационни умения, справяне с непознати проблеми).

Форматът на въпросника може да се допълва с до 5 допълнителни групи въпроси според изискванията и нуждите на съответния университет[88].

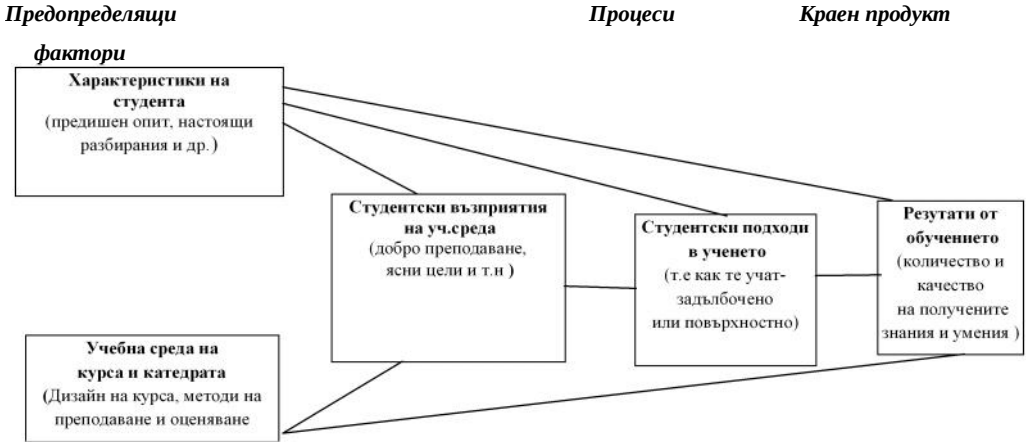
Гореописаният подход носи редица предимства за Университета в Кеймбридж, като обективност и висок професионализъм при провеждане на изследването и обработване на крайните резултатите; системно изграждане и поддържане на база с данни, чрез която е възможно да се сравняват текущите резултатите с тези от минали периоди, както и да се очертаят тенденции по отношение удовлетвореността от качеството на съответната образователна програма.

Вторият по рейтинг великобритански университет Оксфорд също се е доверил на Годишното национално проучване на студентите (NSS) при мониторинг на студентската удовлетвореност относно полученото качество. Същият университет през 2001 г. инициира свой проект, чиято цел е да оцени студентските възприятия по отношение на учебната среда[89]. Разработен е инструмент, чрез който се събира информация относно възприятията на студентите за учебната среда в четири ключови области според Рамсдън (1991): ***възприемано качество на преподаване**; **яснота на целите на съответния предмет или задача***, с които студентите са ангажирани; ***характер на системата за оценяване,*** т.е. дали тя стимулира обучението, или само изпълнение на зададените изисквания; ***начин на възприемане на натовареността*** по съответната дисциплина и ***ключови умения.***

Основната идея, на която е подчинено гореописаното вътрешно университетско проучване, е, *че когато фокусът на учебната дейност е високо качество на изхода на обучението, то студентските възприятия за учебната среда са също толкова важни, ако не и по-важни от възгледите на академичния състав, който създава и проектира тази среда***.** Възприятията в случая се приемат като ключов (стартиращ) процес в така нар. ***3P модел на обучение*** (*presage* – предопределящи фактори, *process* – процес, *product* – продукт).(виж фиг. 4)

[88] Резултатите от проучването са на разположение на кандидат-студентите на Unistats.com, за да направят по-информиран избор на университет и специалност. Специален достъп до по-подробни резултати и зависимости има всеки един университет и колеж, участващ в проучването, за да се установят най-добрите практики и да се подобри обучението на студентите според маркираните от тях слабости.

[89] http://www.learning.ox.ac.uk/media/global/wwwadminoxacuk/localsites/oxfordlearninginstitute/ documents/ Illuminatio_2002.pdf



Фиг. 4. 3-P модел на университетско обучение[90]

В модела се разграничават студентските възприятия включително и възприеманото качество на учебната среда от полученото качество на финала на обучението. За ръководството на един университет това означава, че може да контролира желания краен резултат по отношение на качеството посредством информация за студентските възприятията през целия курс на обучение, както и навременни корективни мерки по елементите на учебната среда.

Внимание заслужава и практическият опит на Бирмингам Сити Юнивърсъти (BCU), който от 1980 г. проучва и използва удовлетвореността на студентите от всички форми и курсове на обучение като инструмент за управление и моделиране качеството на образование. Характерни черти тук са[91]:

- Лонгитюдният подход в събирането и анализирането на информацията, който позволява на университета да следи студентската удовлетвореност ежегодно и да предприема навременни корективни мерки[92].
- Изследователската цел е оценка на качеството на образование в BCU и неговите компоненти от гледна точка на студентите.

За целта е създаден въпросник, чрез който студентите оценяват по две паралелни скали – за удовлетвореност и степен на важност – следните елементи на своя опит: *организация на образователния курс и системата на оценяване; системата за дистанционно обучение Мудъл; библиотечните услуги; достъпът до компютърни зали и библиотека; компютъризацията на съответния факултет; отделът за развитие на персонала и студентите; обслужването на студентите; бирмингамския студентски съюз § социален живот; дискриминацията и малтретирането*.

[90] http://www.learning.ox.ac.uk/media/global/wwwadminoxacuk/localsites/oxfordlearninginstitute/ documents/ Illuminatio_2002.pdf

[91] www.bcu.ac.uk/crq/publications/.../UCE_2007_Full_Report.pdf (10, 2011).

[92] Финален етап на проучването е обратната връзка със студентите чрез публикуване на списък от корективни действия на базата на получените резултати.

Внимание заслужава и самостоятелното проучване на Бренда Олдфийлд и Стийв Бейрън от Манчестър Метрополитън Юнивърсъти от 2000 г., чиято крайна цел е да се установи как студентите от факултет „Бизнес мениджмънт“ на различни университети във Великобритания възприемат полученото образование. Според факторния анализ на събраните данни от 333 студенти специалност „Бизнес и мениджмънт“ се извеждат и следните три измерения на възприемано качество[93]: ***необходими/задължителни елементи*** на образователния процес (за извършване на основните задължения на студентите: пълна и точна информация от администрацията, готовност за разрешаване на проблеми, загриженост от академичния състав и др.); ***приемливи елементи*** (желателни, но не и съществено необходими за изпълнение на студентските задължения: склонност към индивидуално отношение от страна на академичния състав към студентите, време за извършване на административни процедури, интерес от академичния състав към изникнали проблеми на студента и др.); функционални елементи (от значение за практическите умения на студентите: съвременно оборудване, удобно работно време на факултета и др.).

За целите на проучването се адаптира известният изследователски инструмент SERVQUAL в контекста на висшето образование. Окончателният въпросник е разработен според алтернативната версия на SERVQUAL, т.нар. SERVPERF[94]. В случая целевите респонденти са прекарали най-малко 6 месеца в университета по време на проучването и от тази гледна точка не е целесъобразно те да оценяват очакванията им в ретроспективен план, след като вече са обременени от своя опит.

Ценен момент в изследването на Манчестър Метрополитън Юнивърсъти е направеното сравнение между студентите 1-ва и последна година, което доказва, че с течение на времето студентските възприятия се променят, като прогресивно нараства ролята на т.нар. *приемливи елементи* с приближаване края на обучението. *Този резултат подкрепя тезата, че преценката за качество не би трябвало да е еднаква през целия курс на обучение, тъй като студентските възприятия за получено качество се изменят през годините – като обща оценка, като съвкупност от източници на качество и степен на важност*.

В практиката на немските университети се очертават някои различия в сравнение с университетите във Великобритания. Според проучване на системите за управление на качество във всички 24 държавни университета (стар и нов тип „Fachhochschulen”) в Северна-Вествалия (CHE 2005) е установено, че се прилагат различни подходи и инструменти за осигуряване на качеството[95]. Изследването доказва, че основен елемент за осигуряване на качеството остават формите на оценяване. В същото време повечето университети в Северна-Вествалия са въвели и оценка от страна на студентите. Все по-често университетите търсят обратна връзка с настоящи и бивши студенти с цел оценка на преминалия курс на обучение.

[93] Oldfield, B., St. Baron. Student perceptions of service quality in a UK university business and management faculty. // Quality Assurance in Education, Vol. 8, №2, 2000, pp. 85–95.

[94] Основните характеристики на двата модела са коментирани подробно в предходния параграф на настоящата студия.

[95] Federkeil, G. The Dynamics of Quality Assurance in German Higher Education, CHE – Centre for Higher Education Development.

В таблица 4 са представени в обобщен вид практиките на най-добрите университети в Германия (според световната класация за 2010 г. на QS Topuniversities.com), т.е характеристика на изследвания, които конкретно са посветени или индиректно касаят студентските възприятия за качество.

Таблица 4

Водещи немски университети и техните изследователски практики в областта на възприеманото качество

Университет	Ранг в Светов-ната класация	Вид проучване	Фокус	Цел	Целева аудитория	Други характеристики
Университет Хайделберг	**51**	Анкета[96]	– Опитът на студентите с университета – Бъдещето им професио-нално разви-тие	Подобряване качеството на преподаване и обучение	Текущият випуск от абсолвенти	– от 2008 се провежда ежегодно проучването; – онлайн (паролите се дават след заявка по e-mail)
Технически университет – Мюнхен (TUM)	58	Няма публична информация за проучванията в тази посока.				
„Ludwig-Maximilians“ университет в Мюнхен (LUM)	66	Анкета	Удовлетво-реност на студентите	Да се открият силните и слабите страни на обучението по Бизнес администра-ция	Студенти по Бизнес администрация	Проучването се провежда на ниво факултет през 2002 и 2004 г.
Свободен университет – Берлин (FUB)	70	Анкета	Оценка настоящите условия за следване в универси-тета[97]	Системно оптимизи-ране и подобряване на условията за следване в FUB	Всички студенти бакалаври с активен акаунт	– Проучването се провежда от 2006 г. през интервал от 2 години; – Онлайн се провежда с помощта на лицензиран софтуер Unizensus

[96] Анкетата е достъпна на https://hrz-vm146.hrz.uni-kassel.de/jsp/qtafi/projects/heidelberg _uni_w2 само чрез парола за студенти на университета.

[97] http://www.fuberlin.de/universitaet/entwicklung/qualitaetsmanagement/bachelorbefragung/ bachelor-befragung -2010.pdf (27.10.2011).

Въпросникът от изследването на студентите по „Бизнес администрация“ на Университет „Лудвиг-Максимилианс“ в Мюнхен включва следните компоненти:

- обща удовлетвореност от обучението като цяло;
- обша удовлетвореност от начина на преподаване (36 въпроса-твърдения);
- удовлетвореност от преподавателите (24 въпроса-твърдения);
- удовлетвореност от предлаганата информация във връзка със следването;
- удовлетвореност от студентско обслужване (10 въпроса);
- удовлетвореност от връзката между теория и практика (4 въпроса);
- удовлетвореност от атмосферата в LUM;
- удовлетвореност от други дейности на университета;
- въпроси, свързани с отношението на студентите към бъдещето, успеха и текущите им постижения;
- 9 психографски твърдения за оценка по 5-степенна рейтингова скала;
- въпроси, свързани с +/- впечатления на студентите по време на курса на обучение;
- мерки за подобряване на удовлетвореността;
- въпроси, свързани с избора на специалността в LUM;
- демографски въпроси.

Изследването е проведено по класическата методика за проучване на удовлетвореността.

Интересното е, че за Техническия университет в Мюнхен няма открита публична информация за провеждане на каквито и да е проучвания сред студентската му аудитория. За сметка на това тяхната система за управление на качество включва **модул за управление на обратната връзка.** Чрез него се дава възможност на всички студенти и служители да участват активно в подобряване качеството на университета. В стандартен онлайн формуляр всеки може да изпрати своите жалби или идеи за подобрение.

От представените немски университети в табл. 4 прави впечатление, че само Свободният университет провежда изследване с по-голям обхват (сред всички бакалаври, независимо от годината им на следване) с цел системно, на 2 години, да се оценяват и подобряват условията на следване: *структура и състав на бакалавърските специалности; организация на курса на обучение, дизайн на модулите в обучението, качество на преподаването, академични изисквания, инфраструктура и климат, обмен на студенти, постижения в обслужването и подпомагане на студентите и др.*

Вниманието на авторите се насочи и към основни научни и образователни центрове в Азия. Мотивите за това решение бяха продиктувани от нарастващото значение на редица азиатски държави за световната икономика. Проведеното кабинетно проучване показва, че университетите в Индия и Малайзия имат сериозен научен и изследователски опит по отношение на категорията качество на висшето образование и по-конкретно:

- **дефиниране същността и основните детерминанти на качеството**[98] на висшето образование на базата на обстоен преглед на съществуващата литература до този момент;

[98] Arivalan Ramaiyah, Ahmad Nurulazam Md. Zain, Halim Bin Ahmad, Exploring the dimensions of service quality in higher education research. pdf

- **разработване на инструмент за изследване качеството на висшите заведения –** разработен е нов модел за измерване на качеството на висшето образование в Индия (SQM-HEI)[99], коментиран подробно в предходния параграф на настоящата студия;
- **детерминиране на основни фактори, влияещи върху възприеманото качество**[100] – Куек и Гединг през 2009–10 г. провеждат изследване в частно висше учебно заведение в Малайзия, като ползват за изходна база процесния модел за качество на образованието. Общо 458 студенти участват в това изследване. Проучването установява, че съществува положителна връзка между начина, по който студентите възприемат качеството на предлаганото им обучение и следните категории: качество на персонала от университетската библиотека; отзивчивост на персонала от „Учебен отдел"; съдържание на учебната програма; разнообразие от развлекателни дейности за студентите; модел за управление на процесите, гарантиращи качеството на образованието.

Основният принос на Куек и Гединг е, че доказват необходимостта от интегриран подход при формиране на по-пълна и точна оценка на възприеманото качество от страна на студентите, т.е. дефиниране на фактори, характерни за „inside-out" и „outside-in" подхода. Също така моделът за управление на качеството в дадено висше учебно заведение, както и всички управленски решения в тази посока не би трябвало да се разглеждат самостоятелно от възприеманото качество на студентите. Авторите препоръчват да се прилагат различни стратегии за допълване и засилване на процеса на предоставяне на качествено образование на студентите като: подобряване на качеството на библиотекарите при обработката на студентски запитвания, насърчаване на отзивчивостта на персонала от „Учебен отдел"; поддържане на съвременно теоретично и актуално практическо ниво на учебния план и програми, увеличаване на развлекателни дейности, предвидени за студентите.

Каква е практиката в българските университети? От 2010 г. със съдействието на МОН се създаде официална рейтингова система на българските висши училища. Новата рейтингова система е ориентир за качеството на образованието в конкретните висши учебни заведения, защото класацията се базира на широк кръг от индикатори (над 50 бр.), които според редица автори се явяват ключови детерминанти на качество[101]. За целите на настоящото изследване, а и за целите на постигане на по-добри резултати в хода на изпълнение на цялостния проект, е релевантно да се проучи практиката на водещите университети от направление „Иконо-

[99] Senthilkumar, N., A. Arulraj. SQM-HEI – determination of service quality measurement of higher education in India. // Journal of Modelling in Management, Vol. 6, №1, 2011, pp. 60–78

[100] Kwek, Ch., J. Gading. Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality. // International Journal of Business and Management, Vol. 5, № 8, August 2010.

[101] Оценките за тези индикатори са формират на базата на статистически данни и резултати от социологически проучвания сред различни групи от потребители – студенти, преподаватели, завършили и работодатели.

мика“[102] и по-точно техни изследвания, свързани пряко или косвено със студентските възприятия за качество на полученото образование. Резултатите от кабинетно проучване в тази посока са обобщени в таблица 5.

Таблица 5

Практики на водещи български университети в професионално направление „Икономика“ в измерване на студентските възприятия за качество на образованието

Университет	Вид проучване	Цел	Характеристика на проучването
1.Американск и университет – Благоевград	Анкета	Да се обвърже стратегическото планиране и по точно всеки годишен план за развитие на университета и отделните компоненти на качество с оценката на пряко заинтересованите страни – студенти, преподаватели и административен персонал	- паралелно се анкетират студенти, преподаватели, административен състав по факултети в края на всяка учебна година; - на два етапа се провежда: анкета с отворени въпроси и анкета за оценка на мисията и визията на университета и всички ключови компоненти на качеството на образование в него
Софийски университет „Св.Климент Охридски“ – София	Няма публична информация за системата за управление на качеството, както и дали университетът проучва студентските възприятия за качеството на образование.		
Университет за национално и световно стопанство – София	Web базирана анкета	Периодична оценка качеството на преподаване през съответния семестър	- проучването се провежда всеки семестър; - използва се системата Web-студент; - студентите оценяват само изучаваните дисциплини през семестъра
Висше училище по застраховане и финанси – София	Анкета	Да се определи нивото на удовлетвореност от: качество на обучението; материална база и от преподаватели	- провежда се от Центъра за кариерно развитие; - целева аудитория е випускът от дипломанти
Стопанска академия „ Д. А.Ценов” – Свищов	Анкета	С цел проучване удовлетвореността на студентите от качеството на обучение в следните направления: • академична среда, • обучение по специалност; • обучение по дисциплина; • начин на преподаване и др.	- разработена и утвърдена е методика на конкретното проучване[103]; - целевата аудитория са студентите от всички образователни степени (бакалаври, магистри и докторанти) и всички форми на обучение (редовна, задочна и дистанционна форма);

[102] За 2010 г. в топ 10 от университети в направление „Икономика“ според http://rsvu.mon.bg/RSVU попадат:1) Българо-американския университет; 2) Софийски университет „Св. Климент Охридски”; 3) Университет за национално и световно стопанство – София; 4) Висше училище по застраховане и финанси – София; 5) Икономически университет – Варна; 6) Пловдивски университет „Паисий Хилендарски”; 7) Стопанска академия „Димитър Апостолов Ценов”– Свищов; 8) Университет по хранителни технологии – Пловдив; 9) Висше училище международен колеж – Албена, Добрич; 10) Европейски колеж по икономика и управление.

[103] Виж по подробно *www.uni-svishtov.bg/quality/CKO.../Metodologia_IAOKU.pdf*

			- за бакалаври анкетата се провежда в началото на всеки нов семестър, а за магистри, дистанционна форма – след приключване на всеки изпит; - проучването се провежда и по специалности преди започването или непосредствено след държавния изпит за съответната специалност.
Икономически университет – Варна[104]	Анкета	Цел – проучване удовлетвореността на студентите от качеството на обучение и от качеството на административното обслужване. Изследването обхваща следните направления: • степен на важност на компонентите на образователния продукт върху качеството на доставяно образование; • обща преценка за удовлетвореност от качеството на обучение в Университета; • преценка за удовлетвореност от качеството на отделните компоненти на обучение; • степен на важност на компонентите на административното обслужване върху качеството на същото; • обща удовлетвореност от качеството и удовлетвореност от качеството по компоненти.	- проучването има континуален характер - провежда се всяка учебна година - целеви аудитории са студенти от всички образователно квалификационни степени и всички форми на обучение Съгласно действащата система за управление на качеството ISO 9001: 2008 в Университета е институционализирано самостоятелно звено за качество на обучението

От представените практики на водещите 65 висши учебни заведения, обучаващи в направление „Икономика“, 5 от тях се интересуват как студентите оценяват качеството на образование като цяло (т.е всички негови компоненти) или само конкретен негов елемент, например качество на преподаване. По-специално внимание заслужава опитът на Икономически университет – Варна и на Стопанската академия „Д. А. Ценов“, защото обект на проучване там са всички видове студенти, които може да има един университет, т.е. така се осигурява една пълна и подробна оценка за текущото качество на обучение. Удовлетвореността на студентите в изследванията се декомпозират в 14 конкретни подизмерения на качеството на обучение.

В заключение може да отбележим, че в изследователската практика на разгледаните университети от различни държави няма консенсус по отношение инструментариума и методиката за измерване на категорията възприемано качество според студентите на образованието, нейните подизмерения, както и факторите,

[104] В рейтинговата система на висшите училища в България, ИУ – Варна заема 4 позиция в общата класация на направление „Икономика” за ОКС бакалавър и магистър, 7 позиция на направление „Администрация и управление” за ОКС бакалавър и магистър, 3 позиция в направление „Туризъм” в ОКС професионален бакалавър, бакалавър и магистър и на 6 позиция в направление „Информатика и компютърни науки” за ОКС бакалавър и магистър. В таблицата е представен на последно място поради принадлежността на авторите към ИУ – Варна.

които й влияят. Безспорен остава фактът, че водещите университети според световни и национални класации все повече се интересуват и системно търсят вече оценката на своите студенти за качеството на обучение, което са получили. Тази оценка се явява изходна база за промени на предлаганото образование. Добрите практики могат да се репликират и внедрят, но не и автоматично т.е. без да се отчетат техните слабости и положителни страни, както и условията на конкретна образователната среда и спецификата на даденото висше учебно заведение. Може да се каже, че практиката по следене на възприеманото качество е в процес на навлизане. Особено в България този процес е в ранен стадий, което още веднъж подкрепя актуалността на настоящото изследване.

Заключение

Може да се каже, че в хода на цялостното изследване се откриха интересни гледни точки, достижения, практики, противоречия, които в още по-голяма степен насочват към идеята, че изследването има основание и смисъл.

В хода на работата се очерта релацията „качество – възприемано качество", която беше необходима, за да се направи ясно разграничение между двете концепции и за да се аргументира мястото на възприеманото качество в рамките на цялостната идея за качество във висшето образование.

Очерта се съдържанието на възприеманото качество като възприятие. Преценката за качество на получаваното образование има многомерен характер и се предизвиква от разнообразни характеристики на образованието като услуга.

Изведени са особеностите на образователния продукт, т.е. неговата специфика от гледна точка на услугите, което дава възможност за по-нататъшна работа в посока на ясното формиране на измервателните процеси, които предстоят в хода на целия изследователски проект.

Проучени са методиките, прилагани от различни автори при определяне на възприеманото качество на образованието. Изследването установи, че най-често прилаганата към момента методика е SERVQUAL.

Практиката на различни водещи университети в света потвърждава многообразието и липсата на единство. Наблюдението установява интересен факт, свързан с това, че в много университети „удовлетвореността" се приема за синоним на качество. Това от гледна точка на съдържание на двете концепции е неточно. В някои системи за качество се наблюдава „удовлетвореността от качеството", а според авторите на настоящата студия „възприеманото качество" може да се наблюдава директно. Също така считаме, че в оценката „удовлетвореност от качеството" е възможно да съществува компромис, който е породен от преценката за обективните предпоставки, които съществуват в средата и в организацията, които пречат на постигането на върхово качество към даден момент. Това са породените съмнения в резултат на настоящото изследване, които мотивират в още по-голяма степен работата на екипа в следващите етапи от цялостния проект.

Използвана литература

1. Втора национална научна конференция с международно участие „Качество на висшето образование в България – проблеми и перспективи”, Русе, 2009
2. Грънчарова, Б. Сегментиране и икономически ползи за фирми предлагащи туристически услуги.
3. Кехайова-Стойчева, М. Социалнопсихологически аспекти на потребителското поведение. Варна: Проф. Ц. Калянджиев, Икономически университет – Варна, 2008.
4. Първа национална научна конференция с международно участие „Качество на висшето образование 2006”, Русе, 2006.
5. Станчева, В., К. Киров, Н. Стефанов. Управление на качеството. Варна: Бряг Принт ЕАД, 1995.
6. Abdullah, F. The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for higher education. // International Journal of Consumer Studies, online publication, 20 October, 2005.
7. Athiyaman, A. Perceived service quality in the higher education sector: An empirical analysis. ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge.
8. Baker, M. Marketing an introductory text. London: Macmillan education LTD, London, 1991, p. 557.
9. Berkovitz, E., R. Kerin, W. Rudelius. Marketing. Boston: IRWIN, 1989.
10. Bolton, R., J. Drew. A multistage model of customer assessment of service quality and value. // Journal of Consumer Research, 17 march.
11. Brechignac-Roubaud, B. Le Marketing des services-du projet au plan marketing. Paris: Les Editions d’Organisation, 1998, p. 73.
12. Oldfield, B., St. Baron. Student perceptions of service quality in a UK university business and management faculty. // Quality Assurance in Education, Vol. 8, №2, 2000, pp. 85–95
13. Cheng, Y., M. Tam. Multi-models of quality in education. // *Quality Assurance in Education*, Vol. 5, № 1, 1997.
14. Dupont, F. Management des services. Paris: ESKA, 2000.
15. Federkeil, G. The Dynamics of Quality Assurance in German Higher Education. CHE – Centre for Higher Education Development.
16. Gronroos, C. The perceived service quality concept – a mistake? Managing Service Quality, 2001; 11,3; ProQuest Central.
17. Kwek, C., T. Lau, H. Tan, Education Quality Process Model and Its Influence on Students’ Perceived Service Quality. // International Journal of Business and Management, Vol. 5, №8, August 2010.
18. Parasuraman, A., V. Zeithaml, L. Berry. SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. // Journal of Retailing, Vol. 64, №1, 1988.
19. Ruyter, K., J. Bloemer, P. Peeters. Merging service quality and service satisfaction: an empirical test of an integrative model. // *Journal of Economic Psychology*, 18, 1997.

20. Senthilkumar, N., A. Arulraj. SQM-HEI – determination of service quality measurement of higher education in India. // Journal of Modelling in Management, Vol. 6, № 1, 2011.
21. Shekarchizadeh, A., A. Rasli, H. Hon-Tat. SERVQUAL in Malaysianuniversities: perspectives of international students. // Business Process Management Journal, Vol. 17, № 1, 2011.
22. Sumaedi, S., Y. Bakti, N. Metasari. The effect of student' perceived service quality and perceived price on student satisfaction. Management Science and Engineering, Vol. 5, № 1, 2011.
23. Vlasceanu, L., L. Grьnberg, D. Pвrlea. *Quality Assurance and Accreditation: A Glossary of Basic Terms and Definitions*, Bucharest, UNESCO-CEPES, 2007.
24. Zeithaml, V. Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. // Journal of Marketing, *52, 1988.*

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PECULIARITIES OF PERCEIVED QUALITY IN HIGHER EDUCATION

Assoc. Prof. Dr Maria Kehayova-Stoycheva,
Chief Assist. Prof. Dr Boryana Grancharova-Nikolova,
Assist. Prof. Borislava Cherkezova,
Assist. Prof. Yordan Nedev

Abstract

The study focuses its attention on the peculiarities of the concept of consumer assessment of quality in the area of higher education. During the past few years there have been serious debates in the public space in Bulgaria, in the countries of "the new democracies" and in the European education area with respect to the issue of what is quality in higher education and are the institutions which provide such education of good quality. An ever-increasing number of institutions offer training at the various levels of higher education. The global tendency toward agxing of the population reduces the inflow of those seeking this kind of services in the most developed countries. It becomes more and more important for Universities to attract the attention of primary and secondary consumers, proving that they provide quality education and quality labour force at the output of the system. In order for this task to be possible it is necessary that Universities are aware of what the content of quality according to consumers is, i.e. they should be familiar with what the perceived quality is.

In the present study there is mainly used the marketing approach combined with the psychological approach in the conceptualization of the nature of perceived quality. There have been applied the following: the method of theoretical analysis and synthesis, the method of desk study in its two varieties - analysis of secondary sources and content analysis.

THEORETISCH-METHODOLOGISCHE BESONDERHEITEN DER WAHRGENOMMENEN QUALITÄT DER HÖHEREN BILDUNG

Doz. Dr. Mariya Kehayova,
Hauptass. Dr. Boryana Grancharova-Nikitova,
Ass. Borislava Cherkezova,
Ass. Yordan Nedev

Zusammenfassung

Schwerpunkt der vorliegenden Studie sind Besonderheiten des Konzeptes über die Qualitätsbeurteilung der höheren Bildung durch die Nutzer. In den letzten Jahren lanfen in der Öffentlichkeit in Bulgarien, in den "neuen Demokratien" und im europäischen Bildungsraum eingehende Diskussionen über die Spezifik der Qualität der höheren Bildung und über die Frage, ob die Institutionen, die diese Bildung anbieten, auf einem angemessenen qualitativen Niveau sind. Immer mehr Institutionen bieten Ausbildung auf verschiedenen Ebenen der höheren Bildung. Die globale Tendenz der Bevölkerungsalterung verringert die Nachfrage dieser Art von Dienstleistungen in den hoch entwickelten Ländern. Es wird zunehmend wichtig, dass die Universitäten primäre und sekundäre Nutzer ansprechen, indem sie beweisen, dass sie eine hochwertige Bildung anbieten und hochwertige Arbeitskräfte für die Wirtschaft liefern. Um das zu ermöglichen, müssen die Universitäten die Spezifik der Qualität in der Wahrnehmung der Nutzer der Bildung, d.h. die wahrgenommene Qualität, kennen.

In der vorliegenden Studie wird hauptsächlich das marketingorientierte Herangehen in Verbindung mit dem psychologischen Herangehen bei der Konzeptualisierung der wahrgenommenen Qualität verwendet. Eingesetzt werden außerdem: Die Methode der theoretischen Analyse und Synthese, die Methode der Sekundärforschung in ihren zwei Arten – Auswertung von sekundären Daten und inhaltliche Auswertung.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ КАЧЕСТВА В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ

Доц. д-р Мария Кехайова – Стойчева,
гл. асс. д-р Боряна Грынчарова – Никитова,
асс. Борислава Черкезова, асс. Йордан Недев

Резюме

Акцент внимания настоящего исследования стоит на особенностях концепции потребительской оценки качества в сфере высшего образования. В последние несколько лет в общественном пространстве Болгарии, в странах „новой демократии" и в европейском образовательном пространстве идет широкая дискуссия по вопросу о том, что такое качество высшего образования и качественны ли институции, обеспечивающие это образование. Все больше институций предлагает обучение на различных уровнях высшего образования. Глобальная тенденция к постарению населения уменьшает спрос на услуги такого характера в наиболее развитых странах. Все более важным оказывается то, чтобы университеты привлекали внимание первичных и вторичных потребителей, доказывая, что они дают качественное образование и качественную рабочую силу на исходе системы. Для реализации этой задачи необходи-

мо, чтобы университеты получали отзыв о содержании качества от потребителей, то есть имели бы представление о восприятии качества.

В настоящем исследовании применяется в основном маркетинговый подход в сочетании с психологическим подходом в концептуализации характера воспринимаемого качества. Применение нашли метод теоретического анализа и синтеза; метод кабинетного исследования, в частности, две его разновидности: анализ вторичных источников и анализ содержания.

Съдържание

УДК – 004
Econ Lit – C8

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ТЕХНОЛОГИИТЕ ЗА ИЗВЛИЧАНЕ НА ЗНАНИЯ ОТ УЕБ В ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

Доц. д-р Снежана Сълова

Резензенти: доц. д-р Тодорка Атанасова
доц. д-р Виолета Димитрова

Предговор

В съвременните условия на нарастваща конкуренция и икономическа нестабилност изискванията към оперативността и качеството на вземаните решения са много по-високи. Същевременно информацията, която трябва да бъде обработена за вземането на правилни и обосновани решения, става все повече. Непрекъснато нарастват и информационните източници в Интернет, които са ценен допълнителен източник на полезни знания. Всичко това изисква оптимално използване на наличните данни за получаване на повече знания и постигането на бизнес целите на организациите. Според традиционното годишно глобално проучване, проведено от Gartner[1] в началото на 2011 г., бизнес анализите са на пето място в списъка с десетте най-важни технологични приоритети на ИТ ръководителите[2].

Понастоящем съществуват много и разнообразни системи за бизнес анализи. Повечето от тях обаче разчитат на обработка и анализ на структурирани данни тези, които са натрупани в базите от данни. В много бизнес ситуации от съществено значение за бизнеса са и знанията, които могат да се извлекат от неструктурираната информация, например от интернет източници като: текст, хипервръзки, тагове, лог файлове и др. В сферата на електронната търговия, където основните бизнес дейности се осъществяват чрез използването на съвременните информационни, комуникационни технологии и Интернет от съществено значение, е анализът на уеб информация.

Цел на настоящата студия е да се направи изследване на процеса на извличане на знания от уеб ресурси и да се предложи модел на система за електронна търговия, в която са интегрирани дейностите по извличане на информация от интернет източници.

---

[1] Американски фирма, занимаваща се с анализи и изследвания в областта на информационните технологии.

[2] Интелигентните бизнес анализи – тенденции и перспективи. // CIO, № 3, 2011, (http://cio.bg/3715_inteligentnite_biznes_analizi__tendencii_i_perspektivi, 2.07.2011).

Едно от основните предизвикателства пред развитието на електронната търговия е приложението на интелигентните бизнес анализи, базирани на интернет ресурси. На тази основа **предмет** на настоящата студия е да се разработи нов метод за интегрирано използване на данните от фирмените бази от данни и от интернет източниците за осигуряване на по-задълбочени анализи.

Обект на изследване са системите за електронна търговия, като в студията се предлага модел на система за е-търговия, в която се осъществява интеграция на извличането на знания от различни източници.

I. Процес на извличане на знания от уеб източници

1.1. Същност на процеса на извличане на знания

Извличането на знания от данни (на английски терминът е Data Mining – DM) най-общо може да се определи като процес на изследване и откриване на скрити данни, знания, които преди това не са били известни, а са полезни за бизнеса чрез използване на техники и алгоритми от областта на изкуствения интелект[3]. За разлика от извличането на данни посредством заявки към база от данни, извличането на знания от данните генерира неочевидна, предварително неизвестна, но потенциално полезна информация. Този процес е възможен благодарение на анализа на големи обеми от данни. Едно от най-добрите определения за DM, което се е наложило в литературата, е на изследователите от Масачузетския технологичен институт (Massachusetts Institute of Technology – MIT). Те дефинират извличането на данни като „анализ на изследвани набори от данни (често големи), с цел откриване на неподозирани връзки и обобщаване на данните по нови начини, които са едновременно разбираеми и полезни за собственика на данните”[4].

За прецизността на бизнес анализите, основаващи се на извличането на знания, се налага тенденцията за търсене на нови и разнообразни източници на информация. Понастоящем може да се каже, че световната мрежа Интернет се обособи като най-богатия източник на лесно достъпна информация. В мрежата има голямо количество документи, данни аудио и видео файлове, от които чрез подходяща обработка биха могли да се извлекат нови и полезни за бизнеса знания. Познанието се генерира не само от съдържанието на самите страници, но също и от уникалните характеристики, структурата на уеб сайтовете и от информацията за достъпа до тях.

Основните характеристики, които определят Интернет като подходящ източник за нови знания, са:

- Големият обем и обхват информация. Световната мрежа Интернет с бурните си темпове на развитие обхваща все повече потребители, според последни данни броят им е достигнал 2,4 млрд. души[5]. Интернет служи за пренасяне на голямо разнообразие от информационни ресурси, които съдържат и голям обем полезна за икономическите единици информация.

---

[3] Барсегян, А. и др. Анализ даных и процессов. Санкт-Петербург, 2009, с. 68.

[4] Hand, D., B. Mannila and P. Smyth. Principles of Data Mining. MIT Press, 2001, http://mitpress.mit.edu/books/chapters/026208290Xchap1.pdf, (23.08.2011).

[5] Internet World Stats, http://www.internetworldstats.com/stats.htm, (8.12.2012)

Редица анализатори са доказали, че по аналогия със закона на Мур глобалната мрежа удвоява обема си на всеки 5,32 години и се очаква през 2012 г. да бъдат създадени 1,2 сетабайта уникална информация[6].

- Свързаността на информацията чрез използването на хипервръзки. Интернет служи за пренасяне на голямо разнообразие от информационни ресурси и услуги, най-известни сред които са взаимносвързаните хипертекстови документи. Известно е, че хипервръзките препращат към други документи, които имат връзка с разглеждания, освен това те могат да се проследяват автоматично от специални програми за търсене и индексация, наречени уеб spider или уеб crawler.
- Хетерогенният характер на информацията. В Интернет основните източници на информация са уеб сайтовете, които включват в своето съдържание информация под формата на текст, таблици, изображения, мултимедия (аудио, видео).
- Динамичността на информацията. Публикуваната информация в Интернет се обновява непрекъснато, появяват се актуални гледни точки за проблемите, което в много случаи се явява източник на нови знания.

Натрупването на все повече информация в уеб пространството е предпоставка за прилагането на познатите техники за извличане на знания от интернет източници. Извличането на знания от уеб ресурси се нарича Web Mining (WM). В литературата този термин се използва за първи път от Етиони през 1996 г. Той определя WM като процес на използване на DM техниките за изследване и извличане на информация от интернет документи и услуги[7]. По-късно понятието WM се обогатява, като към него се включват и техниките за изследване и анализ на данните за използваемостта на уеб ресурсите. Други автори дефинират процеса на Web Mining като „разкриване на закономерности, зависимости, шаблони в съдържанието, структурата и начина на използването на уеб документите, които показват как да се приложат DM методите и моделите върху уеб базирани данни”[8]. Като обобщение на цитираните определения може да се счита най-популярното в литературата становище за WM – „откриване и анализ на полезна информация от Световната мрежа”[9].

На базата на цитираните определения може да се дефинира, че извличането на знания от уеб представлява прилагане на технологиите за извличане на знания върху уеб ресурси – документи, хипервръзки, тагове, сървърни лог файлове и др.

---

[6] Кръстева, Н. Законът на Мур е в сила и за интернет ресурсите, http://cio.bg/4380_zakonat_na_mur_e_v_sila_i_za_internet_resursite, (10.01.2012).

[7] Etzioni, O. The World Wide Web: quagmire or gold mine? // Communications of the ACM, no. 11, 1996, pp. 65–68.

[8] Markov, Z. and D. Larosed. Data Mining the Web Uncovering Patterns in Web Content, Structure, and Usage. New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.

[9] Cooley, R, B. Mobasher and J. Srivastava. Web Mining: Information and Pattern Discovery on the World Wide Web. (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.27.3042&rep=rep1&type=pdf, 3.07.2011).

В зависимост от основните типове интернет ресурси, които се използват в процеса на WM, в литературата[10] са дефинирани три основни вида извличане на знания:

- Web content mining (WCM). Определя се като процес на извличане на полезни знания от съдържанието на уеб документите. Например, чрез WCM може: автоматично да се класифицират и групират (клъстеризират) уеб страници, според техните теми; да се изследва какво търсят потребителите в Интернет и да се откриват характерни шаблони за търсене на зададената група от хора; да се откриват модели в уеб страниците на базата на описанията на продуктите, съобщения с мнения от форуми и др. Освен това WCM се използва за подобряване намирането и филтрирането на информация, категоризиране на документи, намиране на подобни страници върху различни сървъри, идентифициране на теми, представени в различни уеб документи.
- Web structured mining (WSM). Процес на откриване на полезни знания в хипервръзките, чрез изследване на структурата от входящи и изходящи връзки (топологията) в уеб. Прилага се теорията на графите за анализиране на даден сайт и структурата му от връзки. Изследванията се групират в две направления: извличане на модели от хипервръзките на уеб и изследване на структурата на документа. Най-често се използва дървовидна структура за анализ и описание на таговете (HTML, XML) в уеб страницата. Например от връзките може да се открият важни уеб страници, общности от потребители, които споделят общи интереси и др.
- Web usage mining (WUM). Процес на откриване на потребителски модели на базата на данните за използване на интернет ресурси. Осигурява намиране на шаблони в потока от кликвания и асоциирани данни, събрани или генерирани като резултат от потребителската интерактивност с уеб сайтовете. За целите на WUM обикновено се анализират записите за логванията към сървърите и се получава информация за наборите от страници, обекти или ресурси, които често са достъпни от групи потребители с общи интереси. Получените знания са полезни за процеса на персонализация, за търсещите машини, за усъвършенстване на системите и др.

Процесът на откриване на знания в данните е постъпков. В литературните източници[11] броят на дефинираните етапи е различен в зависимост от това, дали са дадени в по-обобщен вид, или по-подробно. Ние се придържаме към следната декомпозиция на процеса на откриване на знания в данните:

---

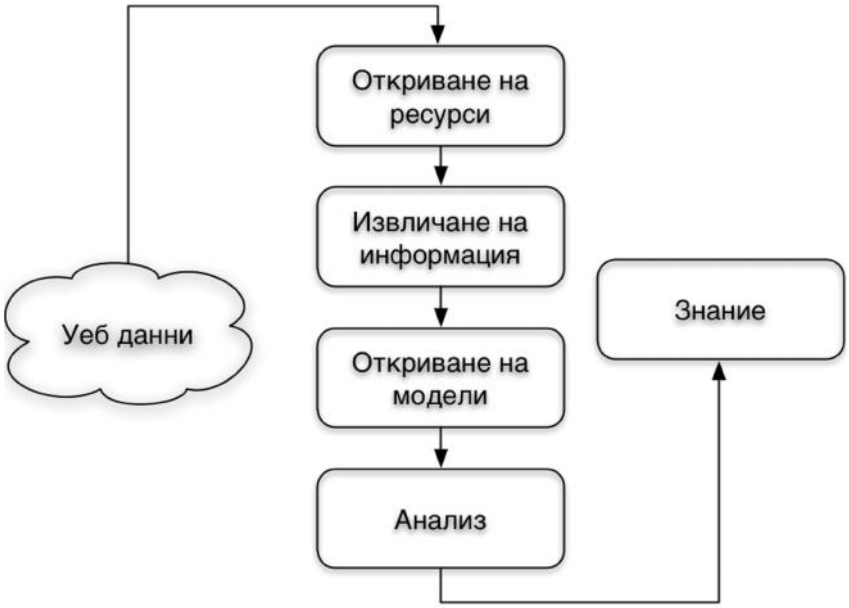
[10] Cooley, R. Mobasher, B. and Srivastave, J., Web Mining: Information and Pattern Discovery on the World Wide Web (http://maya.cs.depaul.edu/classes/ect584/papers/cms-tai.pdf, 9.12.2011). Markov, Z. and D. Larosed. Data Mining the Web Uncovering Patterns in Web Content, Structure, and Usage. New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.

[11] Дефинирани според стандарта Cross Industry Standard Process for Data Mining - CRISP-DM (http://en.wikipedia.org/wiki/Cross_Industry_Standard_Process_for_Data_Mining, 31.08.2011); Fayyad, U., G. Piatetsky-Shapiro and P. Smyth. From Data Mining to Knowledge Discovery in Databases (http://www.kdnuggets.com/gpspubs/aimag-kdd-overview-1996-Fayyad.pdf, 27.08.2011).

1. Разбиране и формулировка на задачата за анализ.
2. Подготовка на данните за автоматизиран анализ, предварителна обработка.
3. Прилагане на методите на DM и построяване на модел.
4. Проверка на построените модели.
5. Интерпретация на резултатите.

Въпреки че извличането на данни от уеб източници води началото си от DM, необходимо е да се отбележи, че двата процеса не са идентични. Основната причина за това е, че традиционно извличането на информация използва структурирани данни, съхранявани в складове от данни, релационни таблици, електронни таблици или текстови данни, но в таблична форма. Уеб данните трябва първо да бъдат открити и след това да се сведат до вид, подходящ за анализ, тъй като те по своето същество са полу- или неструктурирани.

В литературата процесът на Web Mining също може се срещне декомпозиран по различен начин в зависимост от това, дали подзадачите са дадени подробно, или в по-обобщен вид. В изследването ние се придържаме към формулировка на етапите, направени от Косала и Блокийл[12] (фиг. 1):



Фиг. 1. Етапи на WM

[12] Kosala, R. and H. Blockeel. Web Mining Research: A Survey (http://facweb.cs.depaul.edu/mobasher/classes/ect584/papers/kosala.pdf, 4.07.2011).

1. Откриване на ресурси – търсене и извличане на информация от мрежата. Използват се търсещите машини, които обхождат милиони документи и индексират думите в уеб документите, запазвайки си индексите за последващо използване в други търсения.
2. Извличане на информация – автоматично избиране и предварителна обработка на специфична информация от определени уеб източници. Тази подготовка включва преобразуване на текстове чрез премахване на излишните думи, извличане на фрази и словосъчетания, съставяне на релации.
3. Откриване на общите модели на данните. Прилагат се методите на DM за машинно обучение, разпознаване на образи, статистически методи, невронни мрежи.
4. Анализ – анализиране на получените резултати. На този етап изключително значение има ролята на човека и неговата интерпретация на получените резултати.

При построяването на моделите за анализ на данните основните методи, които се използват, са:

- Класификация. В процеса на анализ често е необходимо да се определи към кой от някои известни класове се отнася изследваният обект. Например клиентите в един електронен магазин може да оценят и да определят „най-ценните” от тях. Класификацията се основава на данни за често повтарящи се покупки, похарчени суми и продължителност на интереса към фирмените продукти.
- Регресия. Задачата на регресията е сходна с класификацията и позволява да се определят по-известни характеристики на даден обект стойността на други параметри. За разлика от класификацията, при регресията множеството характеристики, по които се определя параметърът, са числа. Важно е да се отбележи, че основният проблем при решаването на задачи посредством класификация и регресия възниква от не доброто качество на изходните данни, в които може да има грешни данни, липсващи значения, атрибути от различни типове.
- Асоциация. Търсенето на асоциативни правила представлява намиране на общи зависимости между обектите или събитията. Намерените зависимости се представят като правила и могат да се използват за анализи и прогнози. Например от набора закупени стоки или услуги от клиентите може да се определят стоките или услугите, които често се закупуват заедно.
- Клъстеризация. Представлява търсенето на независими групи (клъстери) и техните характеристики в целия набор от данни. Групирането на данните позволява да се намали техния обем и улесни анализа. Например групирането може да се приложи към клиентите. Знае се, че потребителите са различни, имат различни потребности и изисквания към стоките и харесват различни начини за покупка. Това е предпоставка за сегментирането им и прилагането на диференцирани подходи при обслужването им.
- Последователност. Изследва се верижността на събитията. Например след покупката на жилище обикновено се закупува кухненско обзавеждане, кухненска техника и др.

Разгледаните основни методи за извличане на знания от уеб данни се основават на различни алгоритми. При класификацията се използват правила, базиращи се на алгоритмите: 1-R и Navie Bayes, ID3, C4.5 и SVM.

Алгоритъмът 1-R (1-rule) класифицира обектите, като създава по едно правило за всеки техен атрибут, след което се избира правилото с най-малко грешки като единствено. Той генерира дърво на решенията на едно ниво. В много от случаите обаче този алгоритъм е неприемлив, защото е необходимо при класификацията да се отчете значението на няколко атрибута на данните. Този недостатък на алгоритъма 1-R е преодолян в алгоритъма Naive Bayes. Неговият механизъм на работа се състои в изчисляване на условната вероятност за принадлежността на обекта към даден клас при наличието на известни значения на някои атрибути на данните. Алгоритъмът се базира на формулата на Бейс за изчисляване на условна вероятност за настъпване на дадено събитие, след като вече е известна част от информацията за него. За да бъде достоверна получената информация, чрез подхода на Бейс се изисква наличието на данни за изчисляване на пълните вероятности за характеристики на обектите.

Дърветата на решенията са метод за класифициране на данни чрез графи във формата на дърво. Те представляват структура от възли и връзки между тях. Дървото моделира процеса на вземане на решение относно класа, към който трябва да бъде отнесен класифицираният обект, чрез проверки на логически условия. Общият принцип на построяване на дърво на решенията се основана на изчисляване на условни вероятности и обособяването на подмножества. Този процес се повтаря рекурсивно, докато разделянето спре да добавя нови стойности и не може да има обособяване на следващи подгрупи. При построяването на дърветата на решения трябва добре да се избират характеристиките, по които ще се разделят множествата. Най-често използваните алгоритми са: мярка на „информационната полезност" (алгоритъм ID3), алгоритъмът C4.5 и индексът „Gini", реализиран в алгоритъма CART (Classification and Regression Tree).

Класификационният алгоритъм ID3 работи, като избира една характеристика за „най-добра" и по нея разделя множеството от обекти. Той изчислява показателят „информационна полезност" на базата на концепцията за ентропия на информацията[13] и избира характеристиката с най-голяма „информационна полезност", която образува възел при построяването на дървото. Възелът с ентропия 0 е лист и не се подлага на следващо разделяне. Възелът с ентропия по-голяма от 0 се подлага на разделяне, за да се класифицира съвкупността от обекти. Алгоритъмът C4.5 може да се разглежда като разширение на ID3. При него се изчислява „нормализирана информационна полезност" и по този начин се вземат само значимите възли при построяването на класификационното дърво.

Алгоритъмът CART е предназначен за построяване на двоично дърво на решенията. При него за построяването на всеки негов възел се използва правило, което дели съвкупността от обекти на две – една, за която правилото се изпълнява,

[13] Shannon, Cl. Prediction and entropy of printed English. // The Bell System Technical Journal, № 30 (http://www.princeton.edu/~wbialek/rome/refs/shannon_51.pdf, 12.01.2012).

и друга, за която то не се изпълнява. Този алгоритъм предоставя възможности за оценка на качеството на разклонението, за обработка на липсващи стойност и има механизъм за оптимално орязване на дърветата на решения.

За класификация могат да се използват и математически (линейни и нелинейни) функции, при които се изразява съотношението между зависими променливи и независими. Такива са статистическите методи и оптималният линеен класификатор Support Vector Machines (SVM), който разпределя обектите в класове, като графично ги представя в пространството.

За откриване на асоциативни правила най-разпространеният алгоритъм е Apriori. Той генерира често срещани подмножества от данните. Наборът от множествата се разширява едно по едно и процесът приключва, когато не се откриват по-нататъшни разширения. Apriori използва вид търсене в ширина (breadth-first search BFS)[14] търсене.

Множеството алгоритми за клъстеризация най-общо могат да се разделят на йерархични и нейерархични. Йерархичната клъстеризация от своя страна включва агломеративни и разделящи алгоритми. При агломеративните методи се извършват последователни сливания на единици и клъстери. Започва се с няколко клъстера, представляващи отделните единици, и след последователни сливания се достига до един клъстер, обединяващ всички единици. При разделящите методи подходът е обратен – започва се с един клъстер, който обединява всички единици, и след последователни разделяния се завършва с много клъстери, като всяка единица формира отделен клъстер. От разработените клъстерни методи най-често се използват йерархичните агломеративни методи. Резултатите при тях се представят чрез дървовидна диаграма, която графично показва йерархичната структура, получена от матрицата на сходство и правилата за обединение на клъстерите. Съществуват различни стратегии на обединение на обектите в клъстери и след това на самите клъстери. При образуване на клъстери във вид на „верига” най-често се използват методите на междугруповото свързване (Between-groups linkage) и на най-близкия съсед (Nearest neighbor).

От нейерархичните алгоритми най-разпространеният е на k-средните стойности (K-Means Cluster). В началото се избират k произволни изходни центрове (точки в пространството) и всички обекти се разделят на k групи в зависимост от това към кой център са най-близко. Разстоянието, близостта до центровете се определя по един от методите – Евклидово разстояние, Квадрат на евклидовото разстояние, Чебишево разстояние и др. След това се изчислява новият център на клъстера, на базата на средните значения на стойностите на обектите, вследствие на което се получава, че някои обекти вече попадат в друг клъстер. Процедурата се повтаря рекурсивно, докато центровете на клъстерите не престанат да се сменят. Този алгоритъм се използва при предварително зададен брой клъстери. Необходимостта потребителят да зададе броя на клъстерите като вход е един от основните му недостатъци.

[14] Алгоритъм за търсене, използва дървовидна структура, започва търсенето от основата и след това претърсва всички съседни възли.

За да се представи по-подробно същността и спецификите на извличането на знания, по-нататък се разглежда процеса по видове Web Mining.

1.2. Извличане на знания от съдържанието на уеб източници

Методите за извличане на информация от съдържанието на документите до голяма степен зависят от типа на ресурсите. Най-общо може да се дефинират две групи документи: неструктурирани и полуструктурирани. Към първата група се отнасят всички текстови документи, които нямат определена структура. Към втората група се причисляват документи, които като цяло имат структура, но съдържат и неструктурирани елементи, текст (такива са HTML, XML документите).

Търсенето на знания в текст е нетрадиционен процес на откриване на нови, потенциално полезни и разбираеми модели в неструктурирани текстови данни[15]. Процесът на анализ на текстовите документи преминава през следните стъпки:

1. Търсене на информация. Определя се какви документи трябва да се подложат на анализ. На този етап се използват търсещите машини (търсачки), които позволяват намиране на информация по зададени от потребителя термини (ключови думи). Може да се използват и специално разработени програми за търсене, които работят на базата на алгоритмите на някои от най-известните търсещи машини. Най-популярната търсеща машина е Google. Тя е с общо предназначение и предоставя възможност за търсене във всички области на знанието. Има и специфични търсачки, които търсят в бази от данни по определена тема или по специфичен отрасъл. По този начин увеличават възможността за намиране на релевантна информация в дадена област.

2. Предварителна обработка на документите. В текстовите документи има голямо количество думи и не е целесъобразно всички те да се подлагат на анализ, тъй като не всички са носители на полезна информация. Освен това някои от думите са синоними, имат едно и също значение и е добре да се разглеждат като един и същ термин. На този етап се премахват излишните, или т.н. стоп-думи (stop words) – думи, които са спомагателни, носят малко информация за съдържанието на документа, като например: „за”, „по-горе”, „през”, „след”, „така”, „по-късно”, „отново”, „срещу” и др. Всички думи се преобразуват да бъдат изписани с малки букви. Освен това се прави представяне на думите в нормална форма, като се премахва множественото число, наставките и др. Като алтернатива преобразуването може да използва представянето на думата като множество от предварително определен брой символи. Например думата „маса” може да се представи като комбинации от 3 символа „_са”, „мас”, „аса”, „ма_”, като подчертаващото тире е предшествания символ или разделителя след думата. При този способ има по-малко граматически грешки, но се получават и много несмислени думи. В процеса на предварителната обработка се осъществява и преобразуване на символите, за да бъдат изписани само с малки букви.

3. Извличане на информация. На този етап се използват методите класификация, асоциация, клъстеризиране и др. Документите се разпределят в категории, из-

[15] Fayyad, U,, G. Piatetsky-Shapiro and P. Smyth. From Data Mining to Knowledge Discovery in Databases (http://www.kdnuggets.com/gpspubs/aimag-kdd-overview-1996-Fayyad.pdf, 5.07.2011).

вършва се автоматично анотиране, извлича се най-съществената част от текста, като ключови понятия, имена, идентифицират се асоциативните отношения. Откриват се зависимости и модели, които се прилагат за анализ на информацията. В таблица 1 са дадени основните методи за извличане на информация от текстови документи.

4. Интерпретация на резултатите. На последния етап се визуализират резултатите, обикновено в графичен вид, което позволява да се извърши анализ и тълкуване.

Таблица 1

Алгоритми за извличане на съдържание от неструктурирани документи[16]

Автор	Алгоритъм	Начин за представяне на информацията	Приложение
Ahonen и др.	Eposode rules – асоциативни правила	колекция от думи	– за намиране на ключови думи и фрази – за откриване на граматически правила и словосъчетания
Billsus и Pazzani	– TFIDF – за определяне значението на думите в даден текст – Naive Bayes – базиран на теоремата на Бейз	колекция от думи	текстова класификация
Cohen	– Propositional rule based system – базира се на допускания – Индуктивно логическо програмиране	релация	текстова класификация
Dumais и др.	– TFIDF – за определяне значението на думите в даден текст – Дървета на решения – Naive Bayes – базиран на теоремата на Бейз – Мрежи на Бейс – Support Vector Machines	– колекция от думи – фрази	текстова категоризация
Feldman и Dagan	Относителна ентропия	концептуални категории	намиране на модели между текстовите данни
Feldman и др.	Асоциативни правила	терми	намиране на модели сред терми в текстовите данни
Frank и др.	Naive Bayes – базиран на теоремата на Бейз	фрази	намиране на фрази

[16] Kosala, R. and H. Blockeel. Web Mining Research: A Survey (http://facweb.cs.depaul.edu/mobasher/classes/ect584/papers/kosala.pdf, 4.07.2011).

Freitag и McCallum	Скрити модели на Марков	колекция от думи	обучаващи се модели за извличане
Hofmann	Статистически методи	колекция от думи	йерархично групиране
Honkela и др.	Self-Organizing Maps – самоорганизиращи се карти	колекция от думи	клъстеризация на текстове и документи
Junker и др.	Индуктивно логическо програмиране	релация	– категоризация на текст – обучаващи се модели за извличане
Kargupta и др.	– Неконтролируема йерархична класификация – Дървета на решения – Статистически методи	колекция от думи	– класификация на текст – йерархично групиране
Nahm и Mooney	Дървета на решения	колекция от думи	– предсказване на думи – зависимости
Nigam и др.	Максимална ентропия	колекция от думи	текстова класификация
Scott и Matwin	Rule based system - базира се на правила	– колекция от думи – фрази – синоними – хиперними[17]	текстова класификация
Soderland	Обучение по правла	– изречения – клузи	изучаване на правилата на изречението
Weiss и др.	Ускорени дървета на решения	колекция от думи	текстова категоризация
Wiener и др.	– Невронни мрежи – Логистична регресия	колекция от думи	текстова категоризация
Witten и др.	Компресиране на текст	– именувани единици	класификация и наименуване на същности
Yang и др.	– алгоритми за клъстеризация – на най-близкия съсед – дървета на решения	– колекция от думи – фрази	откриване на събития и проследяване

При анализ на полуструктурирани документи се използват по-развити средства за диференциране на текста, тъй като тези документи имат някаква структура. Алгоритмите за анализ използват HTML структурата и основните методи за извличане на знания като класификация, клъстеризация, асоциация. Основните от тях са обобщени и дадени в табл. 2.

[17] Хиперним – дума, която е по-обща от дадена дума.

Таблица 2

Алгоритми за извличане на съдържание от полуструктурирани документи[18]

Автор	Алгоритъм	Начин за представяне на информацията	Приложение
Craven и др.	– Modified Naive Bayes – модифициран алгоритъм на Бейз – Индуктивно логическо програмиране	релация и онтология	– хипертекстова класификация – извличане на връзки между уеб страници – изучаване на правилата за извличане
Crimmins и др.	Unsupervised and supervised classification algorithms - класификационни алгоритми	фрази, URL, метаинформация	– йерархична и графична класификация – клъстеризация
Fürnkranz	Обучение по правила	колекция от думи и информационни хипервръзки	– хипертекстова класификация
Joachims и др.	– TFIDF – за определяне значението на думите в даден текст – подпомагащо обучение	колекция от думи и информационни хипервръзки	– хипертекстово предсказване
Muslea и др.	Обучение по правила	колекция от думи, тагов и позиции на думите	изучаване на правилата за извличане
Shavlik и Eliassi-Rad	Невронни мрежи с подсилено обучение	колекция от думи и взаимоотношения	– хипертекстова класификация
Singh и др.	– Променени асоциативни правила – Класификационни алгоритми	понятия и наименования на обекти	намиране на шаблони в полуструктуриран текст
Soderland	Обучение по правила	изречения, фрази и наименование на обекти	изучаване на правилата за извличане

Съществуват и методи за извличане на уеб съдържание с цел формиране на бази от данни, което прави възможно последващото формиране на заявки към данните. Тези методи използват най-вече представяне на информацията във вида Object Exchange Model – OEM, който представлява модел за обмен на полуструктурирани данни между обектно ориентирани бази от данни. Информацията в OEM се пред-

[18] Kosala, R. and H. Blockeel. Web Mining Research: A Survey (http://facweb.cs.depaul.edu/mobasher/classes/ect584/papers/kosala.pdf, 4.07.2011).

ставя чрез графи с именувани ребра и възли, съответстващи на обектите. Всеки обект си има уникален идентификатор и няма ограничение за връзките между обектите. Основните използвани методи са дадени в таблица 3.

Таблица 3

Алгоритми за извличане на съдържание, базирани на метода OEM[19]

Автор	Алгоритъм	Начин за представяне на информацията	Приложение
Goldman и Widom	Частни алгоритми	OEM	търсене на DataGuides в полуструктурирани данни
Grumbach и Mecca	Частни алгоритми	стринг и релации	търсене на схеми в полуструктурирани данни
Nestorov и др.	Частни алгоритми	OEM	търсене на йерархии в полуструктурирани данни
Toivonen	Подобрени асоциативни правила	OEM	търсене на полезни подструктури в полуструктурирани данни
Wang и Liu	Подобрени асоциативни правила	OEM	търсене на повтарящи се подструктури в полуструктурирани данни
Zaiane и Han	Атрибутно-ориентирана индукция	релации	многослойни бази от данни

В много от случаите при работата с базите от данни се създават т.н. DataGuides[20]: кратки и точни структурни резюмета на полуструктурираните бази данни. DataGuides служат като динамични схеми. Те са полезни за разглеждане на структурата на базата от данни, формулиране на заявки, съхраняване на информация, като например статистически данни и примерни стойности. Позволяват се и заявки за оптимизация.

Чрез някои методи се извличат данни със задачата да създават многослойна база от данни, в която всеки слой се получава чрез обобщение на по-долните слоеве. За работа с този вид бази от данни се използва специален език за заявки и разработени специфични алгоритми за извличане на знания.

[19] Kosala, R. and H. Blockeel. Web Mining Research: A Survey (http://facweb.cs.depaul.edu/mobasher/classes/ect584/papers/kosala.pdf, 4.07.2011).

[20] Goldman, R. and J. Widom. DataGuides: Enabling Query Formulation and Optimization in Semistructured Databases, (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.55.8594&rep=rep1&type=pdf, 5.07.2011).

1.3. Извличане на знания от структурата на уеб източници

Задачата на извличането на знания чрез изследване на структурата на интернет ресурсите е да се открие модел на връзките в мрежата. Web Structured Mining се базира на топологията на хипервръзките с или без описание на тези връзки. Откритият модел може да се използва за категоризиране на уеб страници и е полезен при генерирането на информация, например за сходството и отношенията между уеб сайтове.

През последните години структурата на уеб страниците широко се използва за анализ на важна информация. Изследванията на уеб структурата до голяма степен са повлияни от изследванията за социалните мрежи и анализите на цитиранията. Цитатите с връзки към уеб страниците са показател за голяма значимост. Най-общо връзките са 2 вида: in-links – за връзки, сочещи към страница, т.н. входящи връзки, и out-links – за връзки, сочещи към други страници, т.н. изходящи връзки. Обикновено, колкото е по-голям броят на връзките към дадена страница, за толкова по-полезна се счита тя. Освен това има и алгоритми за анализ, които изследват и текста, който описва връзките (т.н. anchor текст) и може да спомогне за по-качествен анализ.

Хипервръзките се използват за увеличаване на рейтинга на страницата, но те основно са пътищата, по които потребителите в Интернет се предвижват от една уеб страница към друга. Във връзка с това, популярността (или престижа) на дадена уеб страница може да се измери по отношение на това колко често един среден потребител посещава сайта. Уеб страниците с висок рейтинг са важни, защото са цитирани от много други страници и са посещавани често от потребителите.

Най-разпространените WSM алгоритми са: Page Rank и HITS (Hyperlink-Induced Topic Search). Чрез Page Rank се изпълнява класиране на страници с хипертекстови връзки между тях, използван в търсачката Google. Алгоритъмът е написан от Лари Пейдж (откъдето идва и името Пейдж-Ранг) и Сергей Брин, като част от проучване, проведено от Станфордския университет.

Основната идея на алгоритъма Page Rank е следната, ако например на една страница a има N връзки към други страници, между които е и страницата b, за потребителя, посетил страницата a, вероятността да посети b е 1/N. Предлаганата схема за определяне на ценността на страниците, на базата на изходящите връзки, е количеството престиж, което страницата b получава от страницата a като 1/N от престижа й. Алгоритъмът за изчисление на Page Rank е рекурсивен. Уеб страницата е с висока оценка, ако е свързана към много други страници и те са с добър рейтинг.

Алгоритъмът HITS[21], известен още като Hubs and authorities, се използва за анализ на връзки. Разработен е от Джон Клайнбърг. Основната идея при него е първо да се фокусира на подходящите страници и след това да се изчисли значимостта им. В сравнение с Page Rank се работи с много по-малък граф. Започва се с търсене по ключова дума и след това се прави анализ на структурата на връзките.

[21] Manning, C., P. Raghavan, H. Schьtze, Hubs and Authorities (http://nlp.stanford.edu/IR-book/html/htmledition/hubs-and-authorities-1.html, 8.07.2011).

Процесът се нарича още извеждане на „същината на темата”. При този алгоритъм се изчисляват две оценки, за хъб-страница, която сочи към много други, и за значимост- страница, към която сочат много други страници. В обобщение – страница с висок рейтинг е тази, от която има много изходящи връзки, както и страница, към която сочат много връзки.

Алгоритмите Page Rank и HITS се основават на свързаните страници и на това, че те принадлежат към една и съща тема. Ако обаче се увеличи броят на връзките, бързо се променя и темата. Увеличаването на страниците води до процес, известен като обобщение на темата. Значителното разширяване на набора от връзки увеличава броя на несвързаните страници и затова трябва да се избягва. Друга нежелана ситуация е, когато един тематичен набор от страници сочи към голям набор страници от друга тема и може да се получи отклонение от темата. Проблем може да възникне и при определянето на ранк и при плътно свързаните страници, които са разположени на един и същи сървър или се получава т.н. семейственост. Един лесен подход за избягване на семействеността е назначаването на тежест от 1/k на вътрешните страници на един сайт с общо k страници.

За преодоляване на проблемите с тези алгоритми за анализ е препоръчително да се използва не една система за определяне на значимостта, а да се приложат множество такива и да се претеглят техните стойности за изчисляване на крайния рейтинг на дадена страница.

1.4. Извличане на знания от информацията за ползваемостта на уеб източници

Процесът на извличане на знания на базата на интернет източници се фокусира върху техники, които помагат да се прогнозира поведението на потребителя, докато той взаимодейства с уеб. Базира се на данните за използването на уеб ресурсите, намиращи се в уеб клиента, прокси сървърите и сървърите.

Най-общо процесът на анализ може да се осъществи, като, първо, се извличат данни и се вмъкват в релационни таблици или директно да се използват данните от лог файловете, като се прилагат специални техники за извличане и анализ.

В научните изследвания процесът на WUM се разглежда в три етапа: предварителна обработка на данните, откриване на правила и модели и анализ на зависимости[22].

1. Предварителна обработка на данните. Осъществява се като се преобразува първичната информация в абстрактни данни, подходящи за по-нататъшните процеси. Основните информационни източници, достъпни за извличане, са: лог файловете, описанията на страниците, топологията на сайта, регистрите на потребителите и анкетите.

Може да се каже, че предварителната обработка е най-трудният етап от WUM. Основните проблеми на този етап произтичат от непълнотата на данните, особено ако се следи само по IP адрес. Някои типични проблеми са чрез един IP адрес могат да се осъществяват много сесии, тъй като някои интернет доставчици предо-

[22] Srivastava, J. et. al. Web Usage Mining: Discovery and Applications of Usage Patterns from Web Data http://portal.acm.org/citation.cfm?id=846188 (9.07.2011).

ставят набор от прокси сървъри за потребителите си. Възможно е доставчиците да използват средства за анонимност и да предоставят различни IP адреси за заявки от един потребител. Анализите се затрудняват, когато един и същ потребител осъществява достъпа си от различни компютърни устройства или от различни браузъри. За решаването на проблема с идентифицирането на потребителите се използват и анализират и кукитата[23]. След идентифицирането на потребителите се осъществява разделяне на клик потока на сесии. Този процес също понякога е труден за осъществяване, тъй като не е лесно да се установи в кой момент потребителят е напуснал уеб сайта. За разделянето на сесии обикновено се използва интервал от 30 минути[24]. Освен това анализът на сесиите се затруднява и от някои сървъри, които поддържат променливи за всяка сесия и се налага да се осъществява достъп до сървъра на съдържание, за да се разбере каква заявка е зададена и какво се визуализира при потребителите.

В процеса на WUM е необходимо и осъществяване на предварителната обработка на съдържанието. Това е процес на конвертиране на текст, изображения, скриптове, мултимедия във форма, подходяща за извличане на модели от уеб източници. Приложението на технологиите на Data Mining към съдържанието на уеб сайтовете може да се използва като филтър за входа или изхода на алгоритмите за откриване на модели. Например приложението на алгоритмите за класификация може да ограничи откриването на модели само за разглеждани страници, които са за точно определен продукт. Класификацията или клъстеризирането на съдържанието на страниците помага за определяне на целта на посещението. При предварителната обработка текстовете от страниците се представят като вектори от думи. Изображенията и мултимедийните представяния се заместват от ключови думи. Както беше споменато и при описанието на WCM, съдържанието на статичните уеб страници се обработва сравнително лесно в сравнение с динамичните страници, при които има използване на бази от данни, персонализация и се визуализират различни изгледи. За да се извърши обработка на динамичните страници, се използват http заявки, програми тип роботи за търсачки, скриптове за достъп до бази от данни.

Етапът на предварителната обработка за WUM изисква и обработка на структурата – хипервръзките между страниците. Структурата може да се извлече и обработи по същия начин като съдържанието. Тук отново по-трудни за обработка са динамичните страници, които имат различна структура при всяка сървърна сесия.

2. Откриване на правила и модели. Това е следващият етап от WUM. При него се прилагат методи и алгоритми от областта на статистиката, извличането на данни, машинното обучение, разпознаването на образи с цел откриването на модели в процеса на уеб анализиране. Най-често използваните техники за извличане на знания за посетителите са статистическите. Чрез различни видове статистически анализи върху сесийните данни може да се намерят средното време за разглеждане на страницата, най-често посещаваните страници, дължината на навигационния път. На базата на анализ на грешките може да се открият опитите за неауторизи-

[23] HTTP кукита е пакет информация, изпратен от уеб сървър към интернет браузър и след това връщан от браузъра всеки път, когато той получи достъп до този сървър.

[24] Catledge, L. and J. Pitkow. Characterizing Browsing Strategies in the World-Wide Web (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.103.4010&rep=rep1&type=pdf, 12.07.2011).

ран достъп. Получените знания от статистическите анализи са полезни за подобряване на производителността, сигурността или се използват за маркетингови цели.

Други методи за извличане на знания, които могат да се приложат на този етап, са асоциацията, клъстеризацията, класификацията, анализ на последователностите и моделиране на зависимости. Генерирането на асоциации се използва за откриване на връзки между страници, които се отварят често заедно. Откритите зависимости се прилагат за бизнес цели, а също са в помощ на уеб дизайнерите при преструктуриране на сайтовете. Друго полезно приложение на асоциациите е за предвиждане на интересите и предварително извличане на документи, за да се предотврати забавянето при зареждане на страниците.

Методът за групирането на елементите с подобни характеристики – клъстеринг, също се използва при WUM. Групират се потребители със сходни шаблони за разглеждане на уеб страници. Подобно знание е изключително полезно за извършване на демографски анализ на потребителите, който да послужи за пазарни сегментации и осигуряване на персонализирано уеб съдържание. Клъстерите може да се използват и за откриване на група страници със свързано съдържание. Тази информация е полезна за търсещите машини, които предлагат страници в зависимост от заявките и миналата история на потребителите.

В WUM се използва и класификацията – разпределяне на обектите в предварително дефинирани класове. В уеб пространството целта е да се разработи профил на потребители, принадлежащи към определен клас. Класификацията на сървърните логове може да доведе до получаването на интересни зависимости.

За изследване на потребителските сесии е приложима и техниката за откриване на последователностите, която прави опит за определяне на вътрешносесийни шаблони, при които присъствието на набор от елементи е последвано от друг елемент за определен период от време. Анализът на последователностите е удобен за прогнозиране на потребителското поведение и за откриване на тенденции.

Откриването на зависимости е друг полезен начин за създаване на модели за WUM. Неговото приложение е най-вече за създаване на модели на поведение и е потенциално полезно за предсказване на бъдеща потребителска консумация.

3. Анализ на моделите. Това е последният етап от WUM. Целта на този процес е да се филтрират намерените модели и правила и да се запазят само тези, които са значими и интересни за изследването. Използва се обикновено графично представяне на данните или различно оцветяване на стойностите, за да се открият цялостните модели и тенденции в данните.

Направеното изследване на процеса на извличане на знания от уеб източници позволява да се направи изводът, че съществуват множество методи за извличане на информация от съдържанието, структурата и от данните за използването на уеб ресурсите. Тенденцията за непрекъснатото увеличаване на използваемостта на световната мрежа Интернет води до нарастване на значението и полезността на съдържащата се в уеб източници информация. Извличането на знание от уеб е от съществено значение за целите на анализите в редица сфери на бизнеса и затова предлагаме интегриране и използване на WM анализите в системите за електронната търговия.

II. Извличане на знания от уеб източници в електронната търговия

2.1. Области на приложение

Електронната търговия се определя като „използването на Интернет за осъществяване на търговия”[25] или най-общо представлява извършване на бизнес транзакции, които се подпомагат от съвременните информационни и конуникационни технологии. Е-търговията вече е реална част от ежедневието на много хора по света. Данните от проучванията показват непрекъснато увеличаване на приходите от онлайн търговията. Оценките са през 2011 г. те да нараснат с 18,9% и да станат 680 млрд. долара[26].

Клиентите пазаруват онлайн поради удобния и лесен начин на достъп до каталозите с предлаганите стоки и услуги. В интернет магазините е възможно предлагането на голям асортимент от стоки, който физически не може да бъде изложен или разгледан в обикновен магазин, даже и в склад. Освен това тези стоки и услуги са непрекъснато достъпни за всички географски места, а потребителите са улеснени при покупката, защото не губят време за посещаване на магазините и получават покупките направо в домовете си. Друго предимство на Интернет търговията е, че търговците имат възможност за динамично определяне на цените и бързо адаптиране към променящите се бизнес условия, а клиентите изразходват значително по-малко време за изследване на пазара и бързо достигане до желания продукт или услуга. Електронната търговия предоставя добри възможности за представяне на фирмите и позволява и на малките фирми да бъдат конкурентоспособни и с успех да работят на международния пазар.

Една от основните причини за бързото развитие на електронната търговия е възможността за персонализация и индивидуално обслужване на клиентите. По-доброто управление на връзките с клиентите с цел запазване на съществуващите клиенти и спечелването на нови, по-гъвкаво ценообразуване, избор на рационални дистрибуторски услуги и осъществяването на оптимални и навременни доставки са от съществено значение за онлайн търговията. За осъществяването на тези дейности е необходимо широко да се използват бизнес анализите. Според нас основните области на приложение на интелигентните бизнес анализи за е-търговията са:

- персонализиране на клиенткото обслужване;
- моделиране на потребителското поведение;
- идентифициране на свързани стоки;
- групиране и оценка на клиентите;
- планиране на продуктовия асортимент;
- прогнозиране на пазарното търсене;
- наблюдение на удовлетвореността на клиентите;
- изчисляване нивата на поддържаните запаси;
- избор на рационална схема за доставка;

[25] Fingar, P., H. Kumar and T. Sharma. Enterprise E-Commerce. Tampa: Meghan-Kiffer Press, USA, 2000.
[26] Rao, L., P. Morgan. Global E-Commerce Revenue To Grow By 19 Percent In 2011 To $680B (http://techcrunch.com/2011/01/03/j-p-morgan-global-e-commerce-revenue-to-grow-by-19-percent-in-2011-to-680b/,10.07.2011).

- избор на подходящ доставчик за стоките;
- изчисляване обема и периодичността на доставките;
- групиране на поръчки.

За извършване на по-прецизни анализи в областта на електронната търговия считаме, че е необходимо да се използва и наличната уеб информация. Събраните данни за клиентите при регистрация или чрез въпросници невинаги са носители на достоверна и пълна информация. Много от клиентите от липса на достатъчно мотивация или от съображения за сигурност избират да не попълват своите данни.

Уеб анализите, макар и да не са изключително прецизни, са носители на много и полезна информация за потребителските посещения, за интересите на потребителите, за тяхното поведение. Те имат голямо значение за персонализирането на услугите и за насочването на потребителите към информация, която би била максимално полезна за тях. Анализите на уеб ресурси подпомагат разбирането как се използват уеб сайтовете за търговия и услуги и какво търсят най-често потребителите. Те могат да са и в помощ на маркетинговите специалисти за изучаване и сегментиране на пазара. Освен това този вид анализи се използват и за изучаване на конкуренцията, което е важен фактор за успешен бизнес.

Като основни области на приложение на уеб анализите в електронната търговия може да се обособят следните:

- **Идентификация и обособяване на групи за маркетингови цели.** На основата на данните за използването на сайтовете и на базата на информацията от уеб съдържанието се извлича знание за клиентите и се разширяват познанията за основните клиенти на съответния електронен магазин. Чрез алгоритмите за клъстеризация се идентифицират групи за маркетингови цели, извличат се знания за тези групи, на които по-късно се предлагат специални оферти, съобразени с техните интереси. Например може клиентите, закупили дадена стока да се обособят в една група и на базата на анализ на използваемостта на сайта от тях да се установи, че те са разглеждали една и съща друга стока. Това би могло да послужи за основание стоката, към която се проявява интерес да се предложи на съответната група клиенти на преференциални цени.
- **Оценяване на клиентите и контрагентите.** Осъществява се класификация и клъстеризация на клиентите и контрагентите на базата на анализ на посещенията на сайта и на записаните мнения във форумите. На идентифицираните като „най-ценни” и лоялни клиенти на електронния магазин се предлагат промоционални оферти, а на контрагентите – преференциални условия за сътрудничество. Например на базата на мненията на клиентите може да се идентифицират тези, които по-често записват положителни мнения за стоките и съответно да се класифицират към групата на „най-ценните” клиенти.
- **Подпомагане на персоналното обслужване.** Извличането на информация за предпочитанията и нагласите на клиентите към отделни продукти, услуги дава възможност за индивидуален подход при обслужването на всеки потребител. Следенето на предпочитанията и нуждите на клиентите позволява прилагането на специално отношение към всеки. Целият набор от дейнос-

ти, свързани с грижата и вниманието към клиентите, гарантира тяхното задържане. Анализите на сървърните лог файлове също са източник на знания за потребителските предпочитания, например разглежданите страници помагат да се натрупа информация за това какво харесва съответният потребител.

- **Препоръки за нови покупки.** Процесът на генериране на препоръки е важен за търговците на дребно и доставчици на услуги. Клиенти, към които се насочват подходящи и навременни фирмени препоръки, купуват повече и са по-лоялни. Най-добър пример в това отношение е онлайн магазинът Amazon.com, при които се извеждат множество препоръки от типа „Потребителите, закупили тази стока, са закупили и ...", „Посетителите, които са разгледали тази стока, са се заинтересували и от ...", „Специално за вас...". За всички тези препоръки са необходими не само данните за покупките, но и извлечените данни от съдържанието и използваемостта на сайта.
- **Откриване на последователности от свързани събития и стоки, които се закупуват заедно.** Използва се методът на асоциране за откриването на събития, които се случват заедно, и стоки, които се купуват заедно. На базата на анализ на добавените от клиентите в потребителската кошница стоки може да се открият продукти, които външно изглеждат несвързани, но често се купуват заедно. Информацията от сървърните сесии може да бъде източник на откриването на закономерности в поведението на потребителите. Анализът на последователностите може да помогне за планиране на стоковите запаси, например ако се клиентът закупи фотоапарат и разглежда аксесоари за него, това е признак, че те са му необходими и скоро може да си ги купи.
- **Сегментиране на пазара и генериране на информация за търсенето.** Анализират се посещенията, изследва се значимостта на уеб страниците и се извлича информация за потребителските интереси и търсения, с цел да се удовлетворяват клиентските желания. Разделянето на сегменти има голямо значение за маркетинговата стратегия на фирмата, защото благодарение на нея е възможно да се осигури предлагане на стоки и услуги, които в максимална степен отговарят на очакванията и предпочитанията на потребителите.
- **Анализ на успеха на рекламните кампании.** Осъществява се на базата на информацията от потребителските форуми и мнения, изследване на рейтинга на страниците и данните за посещаемостта на рекламните и промоционални сайтове. От данните за достъпа до рекламните сайтове може да се извлече знание за поведението на клиентите и да се направят оценки, дали те са се повлияли от рекламите и са добавили в своите пазарски кошници стоки, които се продават промоционално.
- **Планиране на продуктовия асортимент и набора от услуги.** Анализира се покупателното поведение на клиентите на фирмата. На базата на записаните мнения и интереса на клиентите към стоките се получават знания за това какви стоки е най-добре да се предлагат в електронния магазин, което може да спомогне за оптимизация на стоковия асортимент.

- **Откриване на тенденции и прогнозиране.** Прогнозирането на търсените количествата и видове стоки на базата на анализ на мненията и данните за направените покупки може да доведе до значително повишаване на приходите от продажбите.
- **Откриване на изключения и контрол на риска.** Оценяване, идентификация и намиране на редки случаи, които се различават съществено от нормите. Намира приложение най-често за борба с престъпленията с кредитни карти и идентифициране на опити за неоторизиран достъп до системата.
- **Подобряване на системата за е-търговия.** Чрез анализ на информацията за използването на уеб ресурсите се получава обратна връзка от потребителите и се преценява дали структурата и съдържанието на сайта са добри. Освен това информацията за достъпа до системата може да покаже дали има опити за неавторизиран достъп и налагат ли се подобрения по сигурността.

За да се открои по-добре използването на различните видове уеб анализи в е-търговията, сме разработили функционална матрица на тяхното приложение. В нея са дадени дейностите и чрез какъв тип WM може да се осъществи анализът (таблица 4). Таблицата е създадена на базата на описаните в литературните източници възможности, които предоставя съответния вид WM.

Таблица 4 показва, че най-приложими в сферата на е-търговията са аналите на използваемостта на уеб ресурсите. Те могат да дадат отговор на въпроси като: „Коя е най-често посещаваната уеб страница от сайта?”, „В какъв ред обикновено се преглеждат страниците?”, „Кои други сайтове посещават потребителите?”, „По колко уеб страници разглежда типичният потребител?”, „Колко време е обичайният престой на потребителите на сайта?”, „След разглеждането на коя страница потребителите най-често напускат сайта?”. Анализирайки получените отговори на тези въпроси, може да се изследва на поведението на даден потребител или съвкупното поведение на голям брой потребители в рамките на определен период от време и да се използва полученото ново знание за стимулиране на продажбите и увеличаване на приходите от търговската дейност.

Широко приложение намира и извличането на знания от съдържанието на уеб ресурсите. Основно при този вид WM се събира, категоризира, организира налична информация за стоките и потребителите. Извлеченото ново знание допълва съществуващата в базите от данни информация и предоставя възможност за осъществяване на по-точни анализи на покупателното поведение на клиентите и на факторите, които оказват влияние при вземането на решение за покупка. Освен това получените познания за клиентите позволяват на фирмите да прилагат редица гъвкави инструменти и средства на маркетинга за повишаване на обема продажбите и печалбата на фирмата. Изследването на връзките между страниците и значимостта им е също източник на полезна информация и може да послужи за извличане на важни за търговската дейност зависимости, както и за предприемане на дейности за повишаване на сигурността и ефективността на системите за е-търговия.

Таблица 4

Приложение на WM анализите в електронната търговия

Дейност	Видове уеб анализи		
	Web Content Mining	Web Structure Mining	Web Usage Mining
Идентификация и обособяване на групи за маркетингови цели	+	+	+
Оценяване на клиентите и контрагентите	+	-	+
Подпомагане на персоналното обслужване	+	+	+
Препоръки за нови покупки	+	+	+
Откриване на последователности от свързани събития и стоки, които се закупуват заедно	+	-	+
Сегментиране на пазара	-	+	+
Анализ на рекламните кампании	+	+	+
Планиране на продуктовия асортимент и набора от услуги	+	-	+
Откриване на тенденции и прогнози	+	+	+
Откриване на изключения и контрол на риска	-	+	+
Подобряване на системата за е-търговия	+	+	+

От представената матрица може да се направи изводът, че уеб анализите са от съществено значение за електронната търговия. Интернет ресурсите и извличането на нови знания от тях помага да се разбере „защо” са се случили съответните събития, да се открият тенденции, да се направи асоциация с подобни събития. Предоставя се възможност за осъществяване на така важните за е-търговията – индивидуално обслужване на всеки клиент, по-добро управление на връзките с клиентите, гъвкаво ценообразуване, рационални доставки и съставяне на прогнози за бъдещо развитие.

2.2. Интеграция на извличането на знания в системите за е-търговия

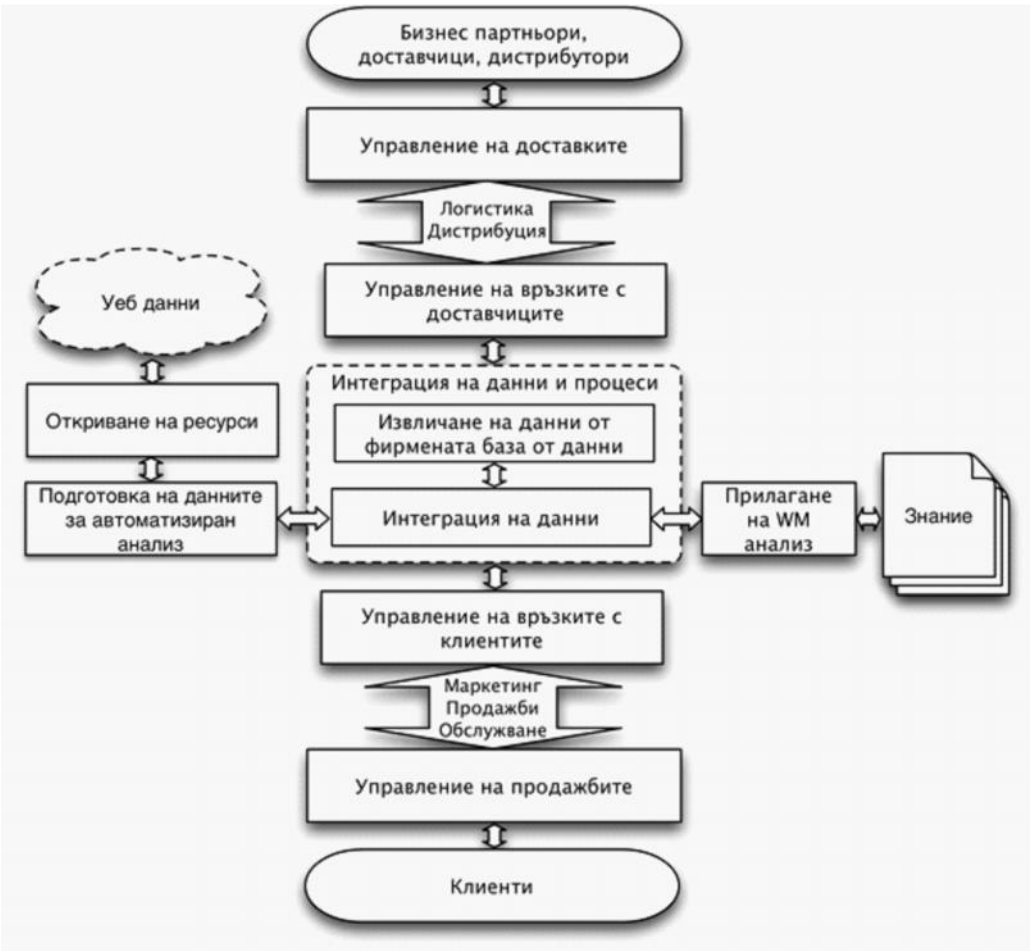
Електронната търговия обхваща процесите на купуване и продаване на стоки и услуги посредством компютърни мрежи, комуникиращи си чрез глобалната мрежа Интернет. Основните бизнес дейности, които автоматизират системите за е-търговия, са:

- управление на връзките с клиентите;
- управление на продажбите;
- управление на връзките с доставчиците;
- управление на доставките.

В процеса на осъществяване на всяка една от тези дейности е необходимо използването на бизнес анализите за вземане правилни решения и максимизиране на ефективността на онлайн бизнеса.

Системите за електронна търговия представляват уеб базирани приложения и като такива те са достъпни през Интернет посредством уеб браузър. Те могат да работят като самостоятелни софтуерни приложения или да са интегрирани в някаква степен или цялостно към фирмените компютърни информационни системи. При големите фирми обикновено онлайн магазините се интегрират с останалите фирмени приложения и се използва обща фирмена база от данни. При тях все по-често се използва и технологията на складовете от данни, която позволява съхраняване и проследяване на историческа, архивна информация, консолидация на големи обеми данни от различни подсистеми и предоставя средства за анализи и прогнози. Всичко това позволява на приложенията за е-търговия да се възползват от широкия спектър от възможности на фирмените системи за бизнес анализи.

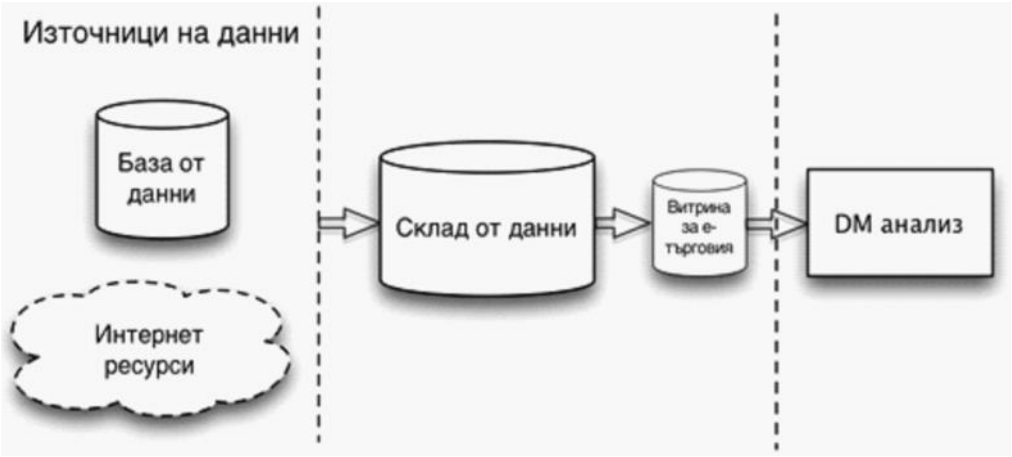
Системите за електронна търговия на по-малките фирми от своя страна разчитат или на вградените средства, или на справките и анализите от допълнително инсталиран софтуер. В двата разгледани случая обаче, бизнес анализите се осъществяват въз основа на натрупаните данни в базата от данни. Все по-голямата конкуренция между онлайн продавачите през последните години води до търсене на повече възможности за спечелване на нови клиенти, за по-добро обслужване на съществуващите клиенти, за предлагане на необходимите и качествени стоки и услуги. Всичко това създава необходимостта от търсене на нови източници на информация, чрез които да се допълнят и обогатят знанията за бизнеса. Ето защо предлагаме за целите на бизнес анализите в сферата на електронната търговия да се осъществява интегрирано използване както на полезните знания, които се съдържат в големите обеми информация, натрупана в базите от данни, така и от обработката на неструктурирана информация, извличана предимно от Интернет източници. Модел на система за електронна търговия, в която са интегрирани и възможностите за осъществяване на анализи на базата на информация от интернет източници, е показан на фиг. 2.



Фиг. 2. Интеграция на WM анализа в система за е-търговия

Считаме, че интеграцията на анализите, базирани на извличането на данни от интернет ресурси в система за е-търговия, може да помогне за получаване на повече знания за развитието на онлайн бизнеса, тъй като се използва и съществуващият огромен обем информация в световната мрежа. Необходимостта от прецизни анализи и достоверни прогнози, базирани на повече информационни източници, е основната причина за потребността от интеграция. В много от случаите извлечената от базата от данни информация е непълна и за да се извърши по-детайлен анализ, се налага използване и на WM технологията. Например, за да се направи анализ за интересите на определен клиент, може да се изследват неговите отзиви, коментари, които да се извлекат от съдържанието на уеб страниците и същевременно да се вземат за анализ и данните за направените от него покупки. По този начин получената информация ще е по-точна и пълна, а това ще позволи осъществяване и на по-задълбочени анализи, които ще допринесат за по-добро персонално обслужване и генериране на по-точни препоръки за съответния клиент.

Ще разгледаме реализацията на модела от технологична гледна точка и в зависимост от информационното осигуряване на фирмите. Традиционно при големите фирми като Amazon и HP системите за електронна търговия са източник на много данни. Те работят с обща фирмена база от данни, в която обикновено има възможност за съхранение и на историческа и архивна информация. За осъществяването на по-ефективно обобщаване и анализиране на големите обеми от данни, които се натрупват, обикновено тези фирми използват технологията на складовете от данни. Това им позволява прилагането на OLAP и Data Mining анализите върху съхранените данни. Данните, постъпващи във фирмения склад от данни, се извличат от различни фирмени системи и от външни източници. За целите на изследването се разглеждат постъпващите данни от системата за е-търговия и тези, които са извлечени от интернет източници. Предлага се създаването на специална витрина от данни (Data Marts)[27], която да съдържа данни, извлечени от склада, и данни, постъпващи от интернет източници (вж. фиг. 3). Обобщаването на извлечените от склада знания с тези, получени при WM анализа, ще позволи генерирането на нови за бизнеса модели и зависимости, които са източник на полезна информация.



Фиг. 3. Извличане на знания при фирми, използващи склад от данни

При по-малките фирми също може да се използва предлаганият на фиг. 2 модел. При тях ще се обобщават извлечените от уеб данни с данни, извлечени директно от базата от данни, тъй като обикновено тези фирми нямат изграден склад от данни, а създаването на такъв е скъпо струваща инвестиция. Най-подходящо е данните при тях да се записват в табличен вид, за да може след това да се обработват по-лесно (фиг. 4).

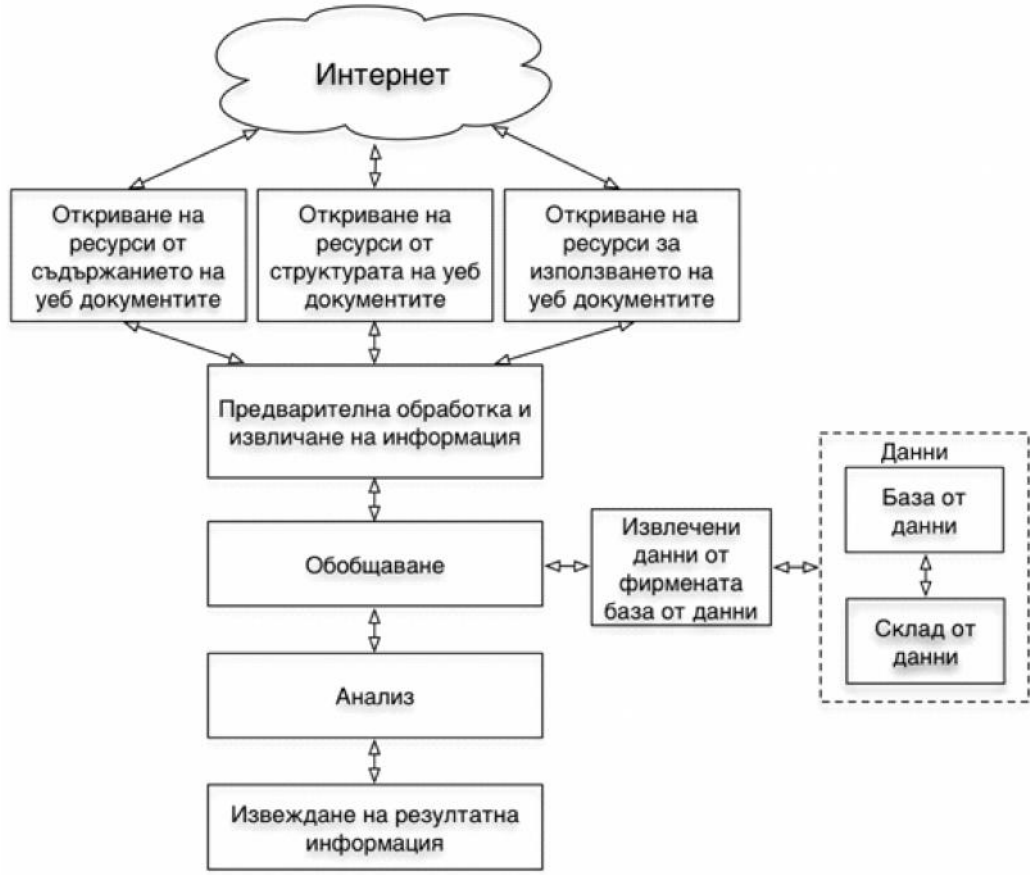
[27] Използват се за съхраняване на подмножества от обобщените данни, дефинирани по определено свойство.

Фиг. 4. Извличане на знания с използване на данни директно от базата от данни

Етапите на процеса извличане на знание, които съответстват на предложения модел за интеграция на анализите на уеб информация в система за електронна търговия, са показани на фиг. 5. Процесът е декомпозиран по следния начин:

1. Откриване на интернет ресурси. Необходимо е предварително много добре да се разбере задачата за анализ и след това с помощта на търсещите машини да се намерят различни видове ресурси, текстови файлове, данни за използваемостта (лог файлове) и др.
2. Предварителната обработка на данните. На този етап се третират липсващите стойности, като за целта може да се игнорират съответните ред или колона от таблицата, да се направи попълване на тези стойности на базата на експертни оценки или средна стойност. Осъществява се също идентификация и обработка на силно отличаващи се и грешни стойности и се съгласуват данните, тъй като може да има несъответствие в кодирането и наименуването на определени категории данни.
3. Обобщаване на данните. Извлечените данни от интернет ресурсите при необходимост се допълват с данни от базата от данни или склада от данни. Създават се обобщени таблици.
4. Прилагане на средствата за DM анализ. Прилагат се различни техники и алгоритми от областта на машинното обучение, разпознаването на образи, статистиката, невронните мрежи за откриване на смислени корелации.
5. Извеждане на резултатна информация. Осъществява се под формата на справки, извеждане на двумерни и тримерни графики, система от показатели и табла.

По същество етапите са стандартните за извличане на знания от уеб ресурси, но е предвидено в етапа, в който автоматично се откриват общите модели на данните, да се осъществява обединяване с допълнително извлечени данни от фирмените бази от данни. Тези допълнителни данни при необходимост ще допълват извлечените от уеб данни, за да може при прилагането на избрания и подходящ метод



Фиг. 5. Етапи в процеса на извличане на знание от интернет източници

за анализ да се получи по-пълна информация. По този начин получените модели ще са валидни за по-голямо количество данни и резултатите от анализа ще са по надеждни.

За да се покаже приложението на интеграцията на WM анализите в система за е-търговия, ще разгледаме един пример. Целта е да се съберат повече данни за клиентите, за да се осъществи персонализираното им обслужване при тяхното следващото посещение в магазина. Използват се съхранените в базата от данни данни за предишните покупки на клиента. От таблица 5 се вижда, че клиент с номер 101 е закупил 2 стоки: номер 6 – фотоапарат Canon 550D, и номер 9 – обектив Cannon EF-S 18–55 mm F 3.5–5.6 IS. На базата на анализ на клик потока на клиента може да изведат страниците, които той е посещавал. Установява се, че освен закупените стоки той е разглеждал страниците на Filter Canon UV, фотоапарат Canon EOS 1100D и фотоапарат Canon PowerShot. Чрез анализ на съдържанието на посетените страници се установява, че клиентът е записал рейтинг на продукта Canon PowerShot и е оставил положително мнение за него.

Таблица 5

Данни за покупките на клиенти от електронен магазин

Номер на транзакция	Номер на клиент	Номер стока
1	101	6
2	101	9
3	105	12
4	204	3
...	...	...

Чрез обобщаване на извлечените чрез технологиите DM и WM данни може да се направи изводът, че изследваният клиент се интересува от фото техника с марката Cannon, тъй като и данните за покупките му и анализът на неструктурираната информация го показват. Това може да послужи за основание при следващо посещение на клиента в електронния магазин да му се предложат продукти от същата марка, както и преференциални оферти за тях.

2.3. Софтуерни средства

От технологична гледна точка за осъществяването на извличането на полезни знания не съществува универсален алгоритъм за намиране на решение на всички задачи. Търсенето и извличането на информация се осъществява с използването на различни програми, които от своя страна прилагат комбинация от представените в т. 1 алгоритми за извличане на знания. С цел интеграция между различните софтуерни решения има разработени стандарти за обмен на получените Data Mining модели. Такива са: CRISP-DM (Cross Industry Standard Process for Data Mining), PMML (Predictive Model Markup Language), CWM-DM (Common Warehouse Model for Data Mining) и др. Стандартът PMML понастоящем е най-използваният[28]. Той е XML-базиран. Разработен е от Data Mining Group (DMG). Позволява споделянето на модели между PMML-съвместими системи. Чрез него може да се дефинират независими от производителите модели, които да се използват от различни приложения. Улеснява се значително обмена на модели между приложенията. Основните предимства на PMML са, че:

- осигурява платформена независимост на извлечените знания;
- улеснява използването на DM модели от други приложения;
- позволява запис на данни във формат, подходящ за анализ чрез много приложения.

[28] Барсегян, А. и др. Анализ даных и процессов. Санкт-Петербург, 2009, с. 259.

За извличане на полезни знания от уеб източници се използват софтуерните средства за Data Mining, които имат и възможности за анализ на уеб информация, както и специално разработени програми за конкретен вид уеб анализ. Всички програмни продукти са създадени на базата на достиженията на статистическия софтуер, софтуера за разпознаване на образи, методите на изкуствения интелект и теорията на базите от данни.

В зависимост от лицензите за използването му специализираният софтуер за извличане на знания най-общо се дели на две основни категории: лицензионен софтуер и софтуер с отворен код. Лицензионният софтуер е собственост на дадена фирма, която има всички права по интелектуалната собственост и използването му. Този вид софтуер обикновено е платен. При софтуера с отвореният код се предоставя възможност за свободно използване на първичния код на програмите при спазване на определени в дефиницията на този вид софтуер критерии[29,30]. През последните години към софтуера с отворен код се проявява все по-голям интерес. Той се използва главно, защото много от организациите го адаптират, за да останат независими от цените и лицензионните политики на големите софтуерни фирми. Софтуерът с отворен код предлага сравнително добро качество, висока надеждност, голяма гъвкавост и възможност за развитие. Той е предпочитан от много потребители, защото се разпространява безплатно и има широка подкрепа на специалистите, занимаващи се с този вид разработки.

Програмните продукти за извличане на знания могат да работят самостоятелно или да бъдат компонент от цялостна бизнес интелигентна система. Често за целите на анализите се използват паралелно по няколко средства. В таблици 6 и 7 са представени основните специализирани софтуерни средства за Data Mining анализи, които имат и възможности за извличане на знания от уеб източници.

Таблица 6

Комерсиален софтуер за извличане на знания

Софтуер	Описание
Oracle Data Mining (ODM)	Част от пакета Oracle Database 11g. За WM основно се използва Oracle Text, който може да извършва лингвистичен анализ на документи, както и търсене на текст с помощта на различни стратегии, включително търсене по ключови думи, контекст заявки, чрез булеви операции. Има средства за класификация, групиране и визуализация на информацията.
SAS Enterprise Miner	Java базиран софтуер, разработка е на американската фирма SAS Institute. Има широк набор от възможности за подготовка на данните, обощаване и изличане на модели и визуализация. Използва специален модул Link Analysis за анализ на log файлове. Софтуерът на SA се използва основно за откриване на финансови измами, анализ с цел намаляване на риска, за съставяне на прогнози и за маркетингови цели.

[29] Илиева, С., В. Лилов, И. Манова. Подходи и методи за реализация на софтуерни решения. София: Св. Климент Охридски, 2010, с.32.

[30] The Open Source Definition (http://opensource.org/docs/osd, 16.03.2011).

SPSS Modeler и SPSS Text Analytics	Софтуер на фирмата IBM. Първоначално SPSS Modeler се е казвал SPSS Clementine. През 2009 г. е преименуван на SPSS Modeler. Има много добри интерфейсни средства и позволява извличане на знания от неструктурирана информация, чрез създаване на точни модели и прогнози. SPSS Text Analytics е специализирано средство за обработка на естествен език. Софтуерът е много добре интегриран с бизнес приложенията на IBM, което улеснява извличането на знания.
STATISTICA Data Miner	Пакет от софтуерни продукти за анализи и решения, на фирмата StatSoft. Софтуерът включва инструменти за анализ на масиви от данни, за управление и визуализация на данни, както и инструменти за групиране, класификация, моделиране и извличане на данни. Освен това предоставя и допълнителни възможности, достъпни благодарение на интеграцията му с програмния език R и неговата програмна среда.

Таблица 7

Софтуер с отворен код за извличане на знания

Софтуер	Описание
Carrot2	Приложение за Text Mining и клъстеризиране. Основно се използва за клъстеризиране на малки колекции от документи. Написано е на Java.
ELKI (Environment for DeveLoping KDD-Applications Supported by Index-Structures)	Използва се за клъстерен анализи и за откриване на изключения. Университетска разработка, написана на Java.
KNIME (Konstanz Information Miner)	Интегрира различни компоненти за машинно обучение и извличане на данни. Използва се основно във фармацевтиката, управлението на връзките с клиентите и за финансови анализи. KNIME е написан на Java и се базира на Eclipse, неговия механизъм за добавяне на разширения и плъгини, които предоставят допълнителна функционалност.
Orange	Компонентно базиран софтуер за машинно обучение и извличане на данни. Включва обширен набор от компоненти за предварителна обработка на данни, извличане на модели и техники за изследване. Разработка на университета в Любляна. Написан е на C++ и Python.
R	Език за програмиране със среда за разработка за статистически изследвания, извличане на данни и графично представяне. Синтаксисът му е базиран на Scheme. R предлага голямо разнообразие от статистически и графични техники, включително линейно и нелинейно моделиране, класически статистически тестове, анализ на времеви серии, класификация, групиране, и др. Разработен е от Ross Ihaka и Robert Gentleman от университета в Аукланд, Нова Зенландия.
RapidMiner, преди YALE (Yet Another Learning Environment), RapidNet	RapidMiner осигурява среда за машинно обучение и извличане на данни. Софтуерът е Java базиран и е разработи в университета в Дортмунд. Разполага с интерактивен, графичен потребителски интерфейс и средства за предварителна обработка, класификация, регресия, клъстеризация, асоциация и за графично представяне на моделите и резултатите. RapidNet е модул за анализ на структурата, който използва графичния потребителски интерфейс и средствата за визуализиране на RapidMiner.

UIMA (Unstructured Information Management Architecture)	Платформа за анализ на неструктурирано съдържание като текст, аудио и видео, първоначално разработена от IBM.
Weka (Waikato Environment for Knowledge Analysis)	Набор от алгоритми за изпълнение на задачи по извличане на данни. Weka съдържа инструменти за предварителна обработка на данните, класификация, клъстеризация, асоциативни правила и визуализация. Софтуерът е разработен на Java в университета Вайкато, Нова Зенландия.

Всички представени в таблиците софтуерни средства могат да се определят като програмни пакети за извличане на знания с общо предназначение, тъй като се базират на множество методи и алгоритми и са приложими за различни видове анализи. Основните предимства на този вид софтуер са:

- разполага с графичен потребителски интерфейс;
- има възможност за работа с различни типове данни;
- позволява работа с големи обеми от данни;
- предоставя средства за добро визуално представяне на резултатите;
- използва стандартизирани и общодостъпни комуникационни структури, интерфейси, протоколи и технологии.

Освен представените в таблици 6 и 7 софтуерни средства за извличане на знания с общо предназначение са разработени и някои специализирани програми за конкретен вид анализ на уеб информация като:

- AeroText – софтуерен пакет за text mining, които се използва за анализ на съдържание;
- Analog (на Dr. Stephen Turner) – за анализ на лог файловете на уеб сървъра;
- ClickTracks – за анализ на поведението, на базата на потребителските кликвания;
- Nihuo Web Log Analyzer – за анализ на посещенията на уеб сайтовете;
- Surf Pattern Visual Analyzer – за анализ на навигационата стуктура и хипервръзките;
- Textlyser – за анализ на текст;
- WebTrends – инструменти за анализ на посещаемостта на сайтовете;
- VISITaTOR – за клъстерен анализ на посетители на даден сайт; htminer – за анализ на лог файлове и др.

Тези програмни средства обаче са предназначени само за конкретен вид анализ, базират се на отделни методи и алгоритми за извличане на знания и работят с точно определен вид данни, поради което и се използват сравнително по-малко.

Проучванията сочат, че най-разпространени са програмните продукти за извличане на данни с общо предназаначение – R, STATISTICA, SPSS Modeler, Rapid

Miner[31]. Анализът на добрите практики показва, че основните причини, поради които са се наложили тези софтуерни продукти, са:

- всички използват различни методи и алгоритми за търсене на скрити зависимости, тъй като при извличането на знания не съществува един универсален алгоритъм за намиране на решение на всички задачи;
- разполагат със средства за визуализиране на намерения модел, след като системата е генерирала решение;
- осигуряват възможност за интеграция с други системи, използват стандарта PMML, което позволява споделянето на модели;
- предоставят възможност за извличане на данни от различен тип източници;
- предлагат версии за различни платформи Windows, Linux и Mac OS X;
- поддържат се и се усъвършенстват непрекъснато.

Цитираните най-разпространени софтуерни средства за извличане на знания са известни повече като софтуер за DM, но имат и добри възможности за работа с интернет ресурси.

Програмният продукт STATISTICA има отделни модули STATISTICA Text Miner за обработка на неструктурирана текстова информация и STATISTICA Sequence, Association and Link Analysis (SAL) – за анализ на асоциативни правила и структурата от връзки. SPSS Modeler разполага с функционалности за анализ на неструктуриран текст и за анализ на структурата от връзки. Благодарение на много добрата му интеграция с пакета R може значително да се разширява обхвата на решаваните задачи.

Rapid Miner разполага с интерактивен графичен потребителски интерфейс и средства за анализ на връзките, анализ на неструктуриран текст и лог файлове. Процесът на извличане на знания се реализира чрез дървета с оператори. Rapid Miner съдържа инструменти за предварителна обработка, класификация, регресия, клъстеризация, асоциативно обучение по правила и за графично представяне на получените резултати. Като основни източници на данни може да използва складове от данни, бази от данни, като SQL Server, Oracle, Access, MySQL, а също и CSV, Excel файлове.

Програмните продукти за извличане на знания с общо предназначение използват широк набор от разгледаните в първа точка алгоритми и методи за WM, което ги прави и подходящи за използване при извличане на знания от Интернет източници. Допълнително тяхно предимство са и добрите им възможности за визуализация на получените резултати.

Трябва да се отбележи, че изборът на конкретно софтуерно решение зависи от множество фактори, като функционалност, възможности за интеграция със съще-

[31] 2010 Data Miner Survey (http://www.rexeranalytics.com/Data-Miner-Survey-Results-2010.html, 31.08.2011); Goebel, M. and Le Gruenwald. A survey of data mining and knowledge discovery software tools (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.130.1456&rep=rep1&type=pdf, 31.08.2011); Data mining. From Wikipedia, the free encyclopedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Data_mining, 31.08.2011); Herschel, G. Magic Quadrant for Customer Data-Mining Applications, Gartner Inc. (http://www.asiaminer.com.tw/Assets/Download/Gartner_Magic_Quadrant.pdf, 7.01.2012); Haughton, D. at al. A Review of Software Packages for Data Mining. // The American Statistician, Vol. 57, № 4, pp. 290–309. Most Popular Data Mining Software, (http://www.the-data-mine.com/bin/view/Software/MostPopularDataMiningSoftware, 31.08.2011).

ствуващия софтуер и цена. Няма универсално и най-добро решение за извличане на знания в областта на електронната търговия. Трябва да се изследва приложимостта на всеки отделен пакет за конкретния вид бизнес и организация. Необходима е комплексна предварителна оценка на възможностите на софтуера за успешна интеграция със съществуващите системи. Наложително е точно и ясно да се дефинират и изискванията спрямо софтуера за извличане на знания и ограниченията по отношение на време, персонал, парични средства и др. Едва след това чрез сравнение може да се избере софтуерен пакет, който да бъде полезен на фирмата.

Обикновено големите фирми, които вече са инвестирали средства за закупуване на системи за управление на бизнеса и са интегрирали електронните си магазини, с тези системи избират комерсиален софтуер за извличане на знания, който най-лесно би се интегрирал със съществуващите им системи. Подходящи са STATISTICA и IBM SPSS Modeler.

За начинаещ и неголям бизнес е добре да се предпочете по-евтино, но достатъчно функционално решение, като продуктите R и Rapid Miner. Изхождайки от резултатите от последните проучвания, които показват, че се увеличава използването на софтуера за извличане на данни с отворен код, може да се каже, че тези софтуерни решения са достатъчно добра алтернатива на комерсиалния софтуер. Често софтуерът с отворен код е напълно безплатен, което позволява преглеждане на неговия програмен код и дори модифицирането му за нуждите на конкретната организация. Освен това и много от успешно работещите в момента приложения за електронна търговия се базират именно на софтуера с отворен лиценз и тяхната интеграция с продукти като R и Rapid Miner е улеснена.

Заключение

Анализите на инфрмация от интернет източници намират приложение в области, където на са достатъчни само статистическите и аналитичните методи и изгражданите чрез тях модели. В направеното изследване се разглежда приложението на интелигентните бизнес анализи, базирани на извличането на знания от уеб ресурси за подобряване обслужването на клиентите, за откриване на тенденции, за асоциации с подобни събития и за съставяне на прогнози за бъдещото развитие. Представя се модел на система за е-търговия с интеграция на дейностите по извличане на знания от уеб източници и се предлага подход за реализацията му за различни видове фирми.

Считаме, че все по-широкото разпространение на е-търговията налага търсенето на нови възможности за усъвършенстване на електронните магазини. Понастоящем повечето функциониращи онлайн обекти са с много добър дизайн и функционалност, имат подробна и добре структурирана информация за продуктите и възможност за извеждане на оперативни отчети. За успешната им работа обаче, в динамичната пазарна среда, считаме, че е необходимо да се прилагат и интелигентните бизнес анализи, базирани на информация от интернет ресурси. Те са носители на много и полезна информация за потребителските посещения, за интересите на купувачите, за тяхното поведение и имат голямо значение за персонализирането на услугите и за насочването на потребителите към информация, която би била мак-

симално полезна за тях. Получените нови знания биха могли да спомогнат за подобряване и усъвършенстване на процесите по управление на взаимоотношенията с клиентите и на други маркетингови дейности, а знаем, че за фирмите, осъществяващи е-търговия, това е от изключително значение, тъй като при тях от лоялността на клиентите до голяма степен зависят и приходите от продажбите. Освен това този вид анализи могат да се използват от мениджърите за създаване на по-успешни бизнес стратегии, базирани на получените по-задълбочени и прецизни анализи и прогнози. Използването на извличането на нови знания от интернет ресурси би могло да бъде важно конкурентно предимство за фирмите, занимаващи се с електронна търговия, защото като цяло допринася за подобряване на маркетинговата и търговската им дейности.

Използвана литература

1. Атанасова, Т. Интелигентни компютърни системи. Варна: Наука и икономика, 2011.
2. Барсегян, А. и др. Анализ даных и процессов. Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2009.
3. Илиева, С., В. Лилов, И. Манова. Подходи и методи за реализация на софтуерни решения. София: Св. Климент Охридски, 2010.
4. Кашева, М. и др. Изследване на бизнес интелигентните системи за малки и средни предприятия. Варна: Наука и икономика, 2011.
5. Кисимов, В., К. Стефанова. Принципи и методи за изграждане на разпределени бизнес интелигентни екосистеми. // Годишник на УНСС, том. 1, 2010.
6. Кръстева, Н. Законът на Мур е в сила и за Интернет ресурсите, (http://cio.bg/4380_zakonat_na_mur_e_v_sila_i_za_internet_resursite, 10.01.2012).
7. Пейков, В. Data Mining за оптималното управление на взаимоотношенията с клиентите. // CIO, № 12, 2009, Ай Си Ти Медиа.
8. Интелигентните бизнес анализи – тенденции и перспективи. // CIO, № 3, 2011 (http://cio.bg/3715_inteligentnite_biznes_analizi__tendencii_i_perspektivi, 2.07.2011).
9. BI проектът – стъпка към по- високо аналитично и бизнес равнище. // CIO, №10, 2008.
10. A. Guazzelli, M. Zeller, W. Chen, and G. Williams. PMML: An Open Standard for Sharing Models. // The R Journal, Vol. 1, № 1, May 2009.
11. Ansari, S. at. al. E-Commerce and Data Mining: Architecture and Challenges (http://ai.stanford.edu/~ronnyk/integratingEcom.pdf, 27.09.2011).
12. Berry, M. and G. Linoff. Data Mining Techniques For Marketing, Sales, and Customer Relationship Management. Indianapolis: Wiley, 2004.
13. Buddhinath G. and D Derry. A Simple Enhancement to One Rule Classification (http://www.buddhinath.net/OtherLinks/Documents/Improved%20OneR%20Algorithm.pdf, 7.11.2011).
14. Catledge, L. and J. Pitkow. Characterizing Browsing Strategies in the World-Wide Web (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.103.4010&rep=rep1&type=pdf, 12.07.2011).
15. Chakrabarti, S, et al. Mining the Link Structure of the World Wide Web (http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/ieee99-web.pdf, 12.01.2012).

16. Cho, Y., J. Kim. Application of Web usage mining and product taxonomy to collaborative recommendations in e-commerce. Expert Systems with Applications 26, 2004, pp. 233–246.
17. Cooley, R, B. Mobasher and J. Srivastava. Web Mining: Information and Pattern Discovery on the World Wide Web (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.27.3042&rep=rep1&type=pdf, 3.07.2011).
18. Cooley, R., P. Tan and J. Srivastava. Discovery of Interesting Usage Patterns from Web Data (http://www.cs.umn.edu/research/technical_reports.php?page=report&report_id=99-022, 12.01.2012).
19. Curtis, G. and Cobham, D. Business Information Systems. Financial Times Management, 2005.
20. Etzioni, O. The World Wide Web: quagmire or gold mine? // Communications of the ACM, № 11, 1996, pp. 65–68.
21. Fayyad, U, G. Piatetsky-Shapiro and P. Smyth. From Data Mining to Knowledge Discovery in Databases (http://www.kdnuggets.com/gpspubs/aimag-kdd-overview-1996-Fayyad.pdf, 5.07.2011).
22. Fingar, P., H. Kumar, T. Sharma. Enterprise E-Commerce. Tampa: Meghan-Kiffer Press, USA, 2000.
23. Goebel, M., Le Gruenwald. A survey of data mining and knowledge discovery software tools (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.130.1456&rep=rep1&type=pdf, 31.08.2011);
24. Goldman, R. and J. Widom. DataGuides: Enabling Query Formulation and Optimization in Semistructured Databases (http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.55.8594&rep=rep1&type=pdf, 5.07.2011).
25. Hand, D., H. Mannila, P. Smyth. Principles of Data Mining. MIT Press, 2001 (http://mitpress.mit.edu/books/chapters/026208290Xchap1.pdf, 23.08.2011).
26. Herschel, G. Magic Quadrant for Customer Data-Mining Applications, Gartner Inc. (http://www.asiaminer.com.tw/Assets/Download/Gartner_Magic_Quadrant.pdf, 7.01.2012).
27. Kadav, A., J. Kawale, P. Mitra. Data Mining Standards (http://www.datamininggrid.org/wdat/works/att/standard01.content.08439.pdf, 12.09.2011).
28. Kantardzic, M. Data Mining: Concepts, Models, Methods, and Algorithms. John Wiley & Sons, 2003.
29. Kohavi, R. Mining E-Commerce Data: The Good, the Bad, and the Ugly, (http://robotics.stanford.edu/~ronnyk/pakdd2001.pdf, 12.09.2011).
30. Kosala, R. and H. Blockeel. Web Mining Research: A Survey (http://facweb.cs.depaul.edu/mobasher/classes/ect584/papers/kosala.pdf, 4.07.2011).
31. Larose, D. Data mining methods and models. Hoboken: John Wiley & Sons, 2006.
32. Manning, C., P. Raghavan, H. Schьtze. Hubs and Authorities (http://nlp.stanford.edu/IR-book/html/htmledition/hubs-and-authorities-1.html, 8.07.2011).
33. Markov, Z., D. Larosed. Data Mining the Web Uncovering Patterns in Web Content, Structure, and Usage. New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.
34. Mikut, R., M. Reischl. Data Mining Tools. // Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery, Vol. 1, № 5, September/October 2011, pp. 431–443.

35. Mladenic, D, M. Grobelnic. Feature selection for unbalanced class distribution and Naive Bayes (http://kzi.polsl.pl/~jbiesiada/prace_magisterskie/TrappLudynia/html/Bibliografia/mladenic99feature.pdf, 5.07.2011).
36. Mobasher, B., R. Cooley and J. Srivastava. Automatic Personalization Based on Web Usage Mining. // Magazine Communications of the ACM, Vol. 43, №8, 2000.
37. Rao, L., J. Morgan. Global E-Commerce Revenue To Grow By 19 Percent In 2011 To $680B (http://techcrunch.com/2011/01/03/j-p-morgan-global-e-commerce-revenue-to-grow-by-19-percent-in-2011-to-680b/, 10.07.2011).
38. Shannon, Cl. Prediction and entropy of printed English. // The Bell System Technical Journal, № 30 (http://www.princeton.edu/~wbialek/rome/refs/shannon_51.pdf, 12.01.2012).
39. Srivastava, J. et. al. Web Usage Mining: Discovery and Applications of Usage Patterns from Web Data (http://portal.acm.org/citation.cfm?id=846188, 9.07.2011).
40. Wu, X., V. Kumar. The Top Ten Algorithms in Data Mining. Chapman and Hall/CRC, 2009.
41. Zupan, B., J. Demsar. Open-Source Tools for Data Mining (http://eprints.fri.uni-lj.si/893/1/2008-OpenSourceDataMining.pdf, 9.09.2011).
42. 2010 Data Miner Survey (http://www.rexeranalytics.com/Data-Miner-Survey-Results-2010.html, 31.08.2011).
43. Data mining. From Wikipedia, the free encyclopedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Data_mining, 31.08.2011).
44. Most Popular Data Mining Software (http://www.the-data-mine.com/bin/view/Software/MostPopularDataMiningSoftware, 31.08.2011).
45. RapidMiner (http://www.rapidminer.com, 20.11.2011).

APPLYING THE TECHNOLOGIES FOR MINING KNOWLEDGE OUT OF THE WEB IN E-COMMERCE

Assoc. Prof. Dr Snezhana Salova

Abstract

Of great significance for business is knowledge that can be derived from unstructured information contained in Internet sources, such as text, hyperlinks, tags, log files, etc.

The paper presents a study of the process of extraction of useful knowledge from web resources. There is proposed a model of a system of e-commerce, in which there are integrated the activities of mining knowledge out of Internet sources. There has been developed a functional matrix of application of the various kinds of web mining for the sphere of e-commerce. There are also defined the required software tools for the realization of the presented model.

ANWENDUNG DER TECHNIKEN ZUR INFORMATIONSGEWINNUNG IM INTERNET IM ELEKTRONISCHEN HANDEL

Doz. Dr. Snezhana Salova

Zusammenfassung

Das Wissen, das die Subjekte der Wirtschaft aus den nicht-strukturierten Informationen im Internet gewinnen können, ist von wesentlicher Bedeutung für die Wirtschaft. Es handelt sich um Texte, Hyperlinks, Tags, Log-Dateien u.a.

In der Studie wird der Vorgang der Gewinnung nützlichen Wissens aus Web-Ressourcen untersucht. Ein Model eines Systems elektronischen Handels wird vorgeschlagen, in dem die Tätigkeiten zur Gewinnung von Wissen aus dem Internet mit dem Handel selbst integriert sind. Eine funktionelle Matrix zum Einsatz verschiedener Arten von Web Mining für den Bereich des elektronischen Handels wird dargestellt. Software-Mittel zur Verwirklichung des dargestellten Models werden definiert.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ЗНАНИЙ ИЗ ВЕБ СТРАНИЦ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

Доц. д-р Снежана Сылова

Резюме

Существенное значение для бизнеса приобретают знания, которые можно извлечь из неструктурированной информации, содержащейся в интернет источниках, таких, как тексты, гиперссылки, теги, лог файлы и пр.

В разработке проведено исследование процесса извлечения полезных знаний из веб ресурсов. Предложена модель системы электронной торговли, в которой интегрирована деятельность по извлечению знаний из интернет источников. Разработана функциональная матрица применения различных видов Web Mining в сфере электронной торговли. Определены софтуерные средства, необходимые для реализации представленной модели.

С ъ д ъ р ж а н и е

УДК – 330.1, 330.3
Econ Lit – C 490, E 520

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧНИ ПРОБЛЕМИ НА ЛИЗИНГА НА НЕДВИЖИМА СОБСТВЕНОСТ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА НЕГОВОТО РАЗВИТИЕ В БЪЛГАРИЯ

Гл. ас. д-р Божидар Чапаров

Рецензенти: проф. д-р ик.н. Бойко Атанасов
проф. д-р Пламен Илиев

Предговор

При придобиване на недвижима собственост традиционно от предприятия и домакинства се използват следните видове финансиране: собствен капитал или кредит. В условията на финансова криза, при отсъствие и недостиг на собствени средства, логично банките поставят по-високи кредитни стандарти и предпочитат да кредитират крупни предприятия със солидна кредитна история и такива, които предоставят достатъчни обезпечения. Това налага да се търсят и използват алтернативни форми на финансиране при придобиването на недвижима собственост.

Лизингът е форма на финансиране, която отговаря на изискванията на научно-техническия процес и създава нови мотивационни стимули в икономиката. Той способства за осигуряване на инвестиционна активност чрез разширяване на материалната основа на бизнеса. Активното му използване с предимствата, които предоставя, може да превърне лизинга на недвижима собственост в лост за материално преоборудване и за структурно преустройство на икономиката. Използването му съществено опростява инвестиционния процес и получаването на средства за инвестиране, което е особено актуално за развитие на предприятията в съвременна България.

Заедно с това следва да се отбележи, че в нашата страна проблемът, свързан с развитието на лизинга на недвижима собственост, не е достатъчно изследван. Съществуващите теоретични разработки и практически препоръки по тази проблематика не дават достатъчно ясна оценка за състоянието, тенденциите и перспективите пред този вид лизинг.

Това обуславя научните интереси и практически действия по изучаване приложението и развитието на лизинга на недвижима собственост, които определиха избора на темата, целта на изследването и задачите му.

Обект на изследване в разработката е лизингът на недвижимата собственост в България.

Предмет на изследването е процесът на развитие на лизинга като форма на финансиране при придобиването на недвижима собственост.

Целта, която си поставяме в изследването, е: въз основа на разгледани теоретични и практически въпроси на лизинга на недвижима собственост да се посочат възможности за неговото развитие като форма на финансиране придобиването на недвижима собственост в Република България в условията на променена икономическа среда. Така формулираната цел предполага решаването на следните научни задачи:

1. Да се изследва и анализира теоретичната основа на лизинга на недвижима собственост.
2. Да се направи анализ на използването на лизинга на недвижимата собственост в България, като се изведат тенденциите при неговото развитие.
3. Да се очертаят насоки и дадат препоръки за развитието на лизинга на недвижима собственост в условията на променената икономическа среда.

Методологичната основа на изследването е системният подход, изискващ дефинирането на лизинга като сложно съвкупно понятие и нова форма на финансиране със свои принципи и особености. Това налага разгърнато прилагане на методите на анализ и синтез за идентифициране и оценка на преимуществата, които лизингът на недвижима собственост предоставя на предприятията. Редица изводи са направени чрез използване на методите на индукцията и дедукцията – главно при разкриване на перспективите и възможностите за развитие на лизинга на недвижимата собственост.

Анализът на лизинга на недвижимата собственост в България обхваща периода 2005 г. – 2010 г., като в обсега на изследването не са включени счетоводните му аспекти. Акцентира се преди всичко върху финансовия лизинг.

Емпиричната база на изследванията и анализите е набраната от нас информация от следните източници: Българска народна банка (БНБ), Национален статистически институт (НСИ), Българска асоциация за лизинг (БАЛ) и др. Достъпът до голяма част от посочените източници е извършен чрез уебсайтове от Интернет.

Глава първа. Теоретико-методологични аспекти на лизинга на недвижима собственост

1.1.Същност и основни принципи на лизинга на недвижима собственост

За всяко научно изследване е от особена важност, на първо място правилното използване на определен понятиен апарат и на следващо, когато е необходимо, да се посочи и обоснове какъв точно смисъл се влага в съответното понятие[1].

В разговорната реч терминът „лизинг” се използва по различни поводи. В областта на финансите лизингът се възприема като сложна финансова операция и

[1] В областта на методиката на научните изследвания тези въпроси се разглеждат от функционалната стилистика. Разграничават се пет функционални стила: разговорен, официално-делови, научен, художествен и публицистичен стил. С оглед на насочеността на изследването, при извършване на анализ и формулиране на изводи, авторът счита, че от значение са първите три стила.

една от нетрадиционните форми за финансиране на инвестиционни проекти, заедно с факторинга и форфетирането. В търговията терминът „лизинг” се използва като ефективен способ за увеличаване на продажбите на производители и дистрибутори. В правото често наричат „лизинг” самия договор, чрез който собственикът на актива го предоставя за използване на другата страна по сделката. Под лизинг се разбира и самата икономическа дейност, извършвана на лизинговите пазари. Създава се впечатление за разнообразни форми на едно и също по своята същност явление.

В речниците по икономика, финанси и право лизингът се определя като „съглашение със собственика на имуществото (lesor) да се предостави на другата страна (lesee) ползването му за определен срок на определена цена”[2], „договор, чрез който лице, което притежава имущество, предоставя на друго лице правото да владее, ползва и събира плодовете от това имущество срещу периодично плащане според уговорена цена”[3], „споразумение, скрепено с договор, според който една страна, собственик на определен дълготраен актив, наречена лизингодател, предоставя правото на използването му на втората страна по сделката, наречена лизингополучател, срещу определени плащания за ограничен срок от време, след което лизингополучателят може да стане собственик на обекта на лизинговата сделка”[4] и др.

В специализираната литература лизингът се определя като специфичен търговско-финансов инструмент за еднократно, периодично повтарящо се или временно възмездно предоставяне на имущество за ползване, без правото на собственост да се прехвърля върху ползвателя при сключване на лизинговия договор[5]; форма за привличане на ресурс в нефинансова, т.е. материално-веществена форма[6]; средство, с което едни икономически субекти привличат външни за тях източници под формата на дълготрайни материални активи с цел финансиране на инвестиционни проекти[7]; отдаване под наем на реален производствен капитал за определен срок[8]; предоставяне на дълготрайни активи за ползване за определен период срещу договорена цена[9] вид предприемаческа дейност, насочена към инвестиране на временно свободни или привлечени финансови средства[10]; междинна форма на кредитиране и пряко инвестиране[11]; специфична форма на финансово капиталовложение в основни фондове[12]; специфичен вид дългосрочна аренда[13]; близка до банковата фор-

---

[2] Световен речник по финанси. Бургас: Делфин прес, 1991, с. 150.
[3] Световен речник по право том V. Бургас: Делфин прес, 1993, с. 209.
[4] Икономическа енциклопедия, София: Наука и изкуство, 2005, с. 404; http://www.econ.bg/dictionary/term1088.html.
[5] Вж. Николова, Н. Корпоративни финанси. София: Сиела, 2007, с. 98.
[6] Вж. Генов, Г., Пл. Илиев. Финанси на строителното предприятие. Варна: Унив. изд. ИУ, 2001, с. 85.
[7] Вж.Петров, Г., Е. Райков. Корпоративни финанси. София: Тракия-М, 2006, с. 126.
[8] Вж. Вачков, Ст., Ем. Спасова. Корпоративни финанси. Варна: Стено, 2006, с. 303.
[9] Вж. Желев, Ив. Управление на инвестиционния процес. Варна, 2001, с. 103.
[10] Вж. Забавский, Г. Экономическое регулирование международного лизинга в Республике Беларусь. Минск: Право и экономика, 2002, с. 78.
[11] Вж. Горемыкин, В., А. Лизинг. Практическое учебно-справочное пособие. Москва: ИНФРА-М, 1997, с. 384.
[12] http//www.unidroit.org/English/conventions/
[13] Вж. Васильев, Н. и др. Лизинг как механизм развития инвестиции и предпринимательства. Москва,1999, с. 42 и др.

ма на финансиране, която може да се прилага като странична операция, покупка на разсрочено плащане[14]; комплекс от имуществени отношения[15]; споразумение, скрепено с договор[16], и др.

Независимо че различните определения за лизинг отчитат едни или други форми на проявление на това икономическо явление, прави впечатление, че в цитираните определения присъстват минимум два аспекта: икономически и юридически.

В този контекст, икономическата същност на лизинга на недвижима собственост се състои в това, че наемодателят осъществява финансиране на стопанската дейност на наемателя. При това финансиране един субект (лизингодател) по предварителна заявка придобива за друг субект (лизингополучател) необходимото за неговата производствена дейност недвижимо имущество и, запазвайки си правото на собственост върху това имущество, го предоставя за стопанска експлоатация, като получава за това съответния наем под форма на лизингови вноски.

От юридическа гледна точка лизингът на недвижима собственост представлява споразумение между две и (или) повече страни, скрепено с договор с възникващи от това права, задължения и срокове.

В съответствие с целите на изследването за изясняване на същността и основните характеристики на лизинга на недвижима собственост е необходимо по-задълбочено да бъде разгледана неговата икономическа същност.

Подкрепя се разбиране, че по-пълно и точно определение за лизинг на недвижима собственост може да бъде изведено, като точно се разграничи той от другите подобни на него икономически отношения. Това изисква, на първо място, да бъде очертана границата между неговото съдържание и съдържанието на понятието „наем” (табл.1).

За целта ще се използват две определения за наем:

- От икономическа гледна точка – „Наем е предоставяне на имущество от неговия собственик за временно ползване на друго лице, за определен срок и за определена цена”[17].
- От юридическа гледна точка – „С договора за наем наемодателят се задължава да предостави на наемателя една вещ за временно ползване, а наемателят – да му плати определена цена”[18].

Таблица 1

Съпоставка между наем и лизинг на недвижима собственост

№	КРИТЕРИЙ ЗА СРАВНЕНИЕ	ВИД ОТНОШЕНИЯ	
		НАЕМ	ЛИЗИНГ
1.	Субекти в отношенията	Наемодател, наемател	Лизингодател, лизингополучател, доставчик (производител)

[14] Хойер, В. Цит. съч.
[15] Вж. Лещенко М. Основы лизинга. Москва: Финансы и статистика, 2000, с. 336.
[16] Маринова, Р. Лизингът. София: РИА Интернешънъл, 1997, с. 11.
[17] http://www.kazna.ru/useful.
[18] Чл. 228 от Закон за задълженията и договорите. // ДВ, № 2,1950, посл. изм. ДВ, № 69, 2007.

2.	Обект на отношенията	Всякакъв вид имущество, вкл. и за лични нужди собственост на наемодателя	Всякакъв вид недвижимо имущество за стопанска експлоатация, специално придобито от лизингодателя за нуждите на лизингополучателя
3.	Вид отношенията м/у страните	Предимно имуществени	Имуществени, кредитни, търговски и други
4.	Отношение с доставчика на обекта	Двустранни, наемодател – купувач	Лизингополучателят е икономическият собственик и има правата и задълженията на купувач.
5.	Отговорности на наемодателя за недостатъци на предоставеното имущество	Носи наемодателят	Лизингодателят не отговаря за състоянието на обекта (освен в случаите, в които той сам избира доставчика)
6.	Риск от случайно погиване на обекта	По общите правила собственика-наемодател	Лизингополучател
7.	Уведомяване на доставчика (производителя) за целта на придобиване на обекта	Не произтича	Лизингодателят е длъжен да уведоми за предоставяне на обекта на трети лица
8.	Застраховане обекта на отношения	Като правило собственика	Лизингодателят, ако изрично не е предвидено друго в договора
9.	Правна форма на отношенията	Двустранен договор за наемане на обекта	Обикновенно тристранно споразумение за лизинг или три договора: за покупко-продажба, лизинг и за кредитиране
10.	Право на собственост на ползвателя на обекта след изплащане на стойността му	Ако собственикът желае, с договор за полкупко-продажба	Обикновено е заложено опция за покупка или преминаване в собственост на лизингополучателя след изплащане на всички лизингови вноски по договора
11.	Разтрогване на договора по вина на ползвателя	Води до прекратяване на наемните плащания, освен неустойките	Не освобождава лизингополучателя от пълно погасяване на дълга за целия срок, както би било ако договорът не е разтрогнат
12.	При изчисляване плащанията за ползване обекта на отношения	Търсене и предлагане (конюнктурата)	Цена на обекта, срок на договора, %-на ставка, остатъчна стойност и др.
13.	Цел на използване обекта	Предприемачество Нестопанска дейност	Предприемаческа дейност
14.	Правомощия на собственик на обекта	Всички функции на собственик	Единствено целево право – да предостави обекта по договор на лизингополучателя
15.	Наличност на предоставяния обект у наемодателя/лизингодателя	Към момента на сключване на договора, обектът е собственост на наемодателя	Лизингодателят като правило придобива обекта на лизинг по заявка на лизингополучателя
16.	Предсрочно едностранно прекратяване на договора от ползвателя	От наемателя след предупреждение на наемодателя	Лизингополучателят обикновено няма това право, освен в случаите когато обектът не бъде доставен в срок или с неотстраними дефекти

17.	Източник за финансиране покупката на обекта на отношения	Собствени средства на наемодателя или заети средства от кредитни институции и частни лица	собствени средства, банкови кредити, лизингови плащания
18.	Срок на договора	За различен срок	Близък до срока на пълна амортизация (при финансов лизинг)

От посочените две определения е видно, че наемодателят юридически запазва правото си на собственост върху имуществото, а същото се използва от наемателя, който реализира от него и определен доход. Този принцип е валиден и при лизинг на недвижима собственост.

Цялостният анализ по критериите за съпоставка от таблица 1 дава възможност да бъде изведено и най-важното различие между двете икономически явления: лизингът на недвижима собственост излиза извън рамките на наемните отношения и има следните особености:

а) срок на лизинга – като правило той се доближава към срока на пълната амортизация на обекта на лизинг;

б) обект на лизинга са цели предприятия, комплекси, сгради, съоръжения и оборудване и друго недвижимо имущество, което може да се използва в предприемаческата дейност;

в) наличие на трети пряк участник в сделката – производител (инвеститор и/или изпълнител) на обекта на лизинг (в класическата лизингова сделка като правило участват три страни: лизингодател, лизингополучател и производител;

г) едновременно сключване на два взаимосвързани договора: договор за лизинг и договор за покупко-продажба;

д) покупката на недвижимото имуществото от лизингодателя, изхождайки от потребностите на лизингополучателя;
Под наем обикновено се отдава имущество, с което собственикът не е в състояние ефективно да се разпорежда, докато при лизинг това е предимно нов, специално придобит за нуждите на лизингополучателя имот.

е) лизингополучателят може самостоятелно да подбере производителя и да съгласува с него условията на договора за покупко-продажба;

ж) разпределение на рисковете, свързани с качеството на обекта на лизинг. При лизинг лизингодателят не носи отговорност за дефекти по предоставеното имущество. Отпадането на тази отговорност от лизингодателя е свързана с факта, че лизингополучателят, като правило, сам избира производителя на имота и респ. не може да предявява своите грешки към лизинговата компания.

Съчетанието на седемте качества е присъщо за лизинга на недвижима собственост и ясно го разграничават от другите форми на наем, като практически превръщат лизингополучателя в икономически собственик на обекта на лизинг.

Следователно, може да се обобщи, че под „лизинг на недвижима собственост” следва да се разбира комплекс от икономически отношения, възникващи при операции по наемане/отдаване на недвижимо имущество с производствено (или непроизводствено) предназначение за срок близък до срока на пълната им амортизация.

Икономическа същност на лизинга на недвижима собственост предполага влагане на средства в недвижимо имущество на възвръщаема основа. Така, аналогично на банките, които акумулират парични средства, жизнено необходими за кредитополучателя, лизингодателят в своята предприемаческа дейност обезпечава лизингополучателя с производствени активи от първостепенна важност за дейността му. Следователно, по съдържание лизингът съответства на кредитните отношения, притежава характеристиките на кредитна сделка и се базира на трите основни принципи на кредита: срочност – обвързан е с определен срок, след изтичане на който обектът на лизинг следва да бъде върнат или собствеността му да бъде прехвърлена на лизингополучателя; възвръщаемост, тъй като предполага възвръщаемост на вложените средства от лизингодателя; възмездност, т.е. за предоставения имот лизингодателят получава възнаграждения във вид на комисионни – такива, че същите да гарантират принципа на възвръщаемост.

По този начин, ако се разглежда лизингът като предоставяне на недвижимо имущество за временно ползване при условията на срочност, възвръщаемост и възмездност, може да се каже, че той представлява специфична кредитна операция с предварително договорени условия за усвояването, използването и погасяването на кредит. Може да се твърди, че в икономически смисъл лизингът на недвижима собственост е кредит, предоставен от лизингодателя на лизингополучателя под форма на недвижимо имущество за временно ползване. Субекти в кредитните отношения в случая се явяват: в качеството на кредитополучател – лизингополучателят, в качеството на кредитор – лизингодателят. Обект на кредита се явява недвижимото имущество.

Следователно определението за лизинг на недвижима собственост може да се допълни като комплекс от икономически отношения, възникващи при операции, основани на кредита, по наемане/отдаване на недвижимо имущество с производствено (или непроизводствено) предназначение за срок, близък до срока на пълната му амортизация.

Независимо от общите черти с търговския кредит между тях има и принципни различия (табл. 2). Те касаят преди всичко собствеността.

Първо основно различие е, че при търговското кредитиране, с предаване на стоката за ползване, едновременно се предава и правото на собственост върху обекта на кредита, т.е. в собственост преминава потребителната стойност на стоката, заплащането на която е отложено във времето.

При лизинг на недвижима собственост правото на ползване на имуществото се отделя от правото на собственост. Лизингодателят запазва правото си на собственост, а предава само правото на ползване върху имуществото на лизингополучателя, респ. лизингополучателят в началото заплаща лизингови вноски, след което получава собствеността върху обекта (ако това е предвидено в договора). Запазването на собствеността върху недвижимото имуществото в случая се разглежда като специфична форма за обезпечаване на кредита, гарантираща неговата събираемост. За притежаване правото да използва имуществото лизингополучателят прави лизингови вноски, уточнени с лизингодателя.

Таблица 2

Съпоставка между кредит и лизинг на недвижима собственост

№	КРИТЕРИИ ЗА СРАВНЕНИЕ	ВИД ОТНОШЕНИЯ	
		КРЕДИТ	ЛИЗИНГ
1.	Субекти в отношенията	Кредитодател, кредитополучател	Лизингодател, лизингополучател, доставчик (производител)
2.	Обект на отношенията	Парични средства или стоки	Всякакъв вид недвижимо имущество за стопанска експлоатация
3.	Форма на предоствяне и погасяване	В парична или вещественa при предоставяне; в парична форма при погасяване	Във вещественa. При погасяване е възможно и смесено (с продукция).
4.	Правото на собственост върху обекта на отношенията	Предоставя се на кредитополучателя. Правото на владеене, ползване и разпореждане принадлежат на едно и също лице	Опцията за придобиване на обекта в собственост не съвпада с предаването му на лизингополучателя. Правото на ползване е отделено от правото на собственост
5.	Гаранциите на кредитора се обезпечават от:	Залог на имущество или банкова гаранция	От обекта на лизинг
6.	Продължителност на договора	Краткосрочен	Средно- и дългосрочен, съобразен с амортизационния план
7.	Взаимовръзка между търговската и кредитна сделки	Кредитната сделка е обоснована от акта на покупко-продажба.	Невинаги се започва с покупка на обекта и невинаги се завършва с него.
8.	Източник на погасяване на кредита	За сметка на печалбата на кредитополучателя	За сметка на амортизационните отчисления, включени в себестойността на произвежданата продукция
9.	Контрол над целевото използване на средствата	Труден	Гарантиран
10.	Инвестицията е насочена	Във всяка сфера на дейност	В конкретен вид предприемаческа дейност

Срокът на договора и размерът на лизинговите вноски винаги са съобразени с амортизационния план на обекта на лизинг (при финансов лизинг), докато погасителният план при покупка с отложено плащане може да бъде определен за произволно договорен между страните период.

Второто основно различие е свързано с факта, че след погасяване на кредита (стойността на обекта и договорените лихви) купувачът при договор с отложено плащане във всички случаи става собственик на обекта на договор.

След изтичане срока на договора за лизинг обектът може да бъде предаден в собственост на лизингополучателя или да остане собственост на лизингодателя, в случай че първият не желае да се възползва от „клаузата за изкупуване” в края на лизинговия период.

Трето различие е, че търговският кредит може да бъде с краткосрочен характер, докато лизингът на недвижима собственост предполага предимно дългосрочно кредитиране.

Четвърто, за разлика от банковия кредит, който може да се предлага само от търговски банки, лизингът може да се предоставя и от небанкови институции.

Трябва да се отбележи, че за придобиване предмета на лизинга самият лизингодател обикновено ползва банков или друг кредит.

Въпреки че предоставянето на имуществото под наем е определящо в лизинга, важни за определението му са и отношенията на покупко-продажба. Те предшестват предоставянето на имуществото за ползване и в много от случаите завършват целия комплекс от възникващи при лизинга отношения. Предшестващата отдаването покупка на обекта на лизинг е не по-малко важна част от комплекса икономически отношения, отколкото непосредственото лизинговане, защото:

а) ако отдаваното на лизинг имущество е собственост на лизингодателя, то в икономически смисъл лизинговата операция се свежда до наем;
б) ако лизингодателят отдава на лизинг наети от него активи, то тогава отношенията се свеждат до сублизинг[19];
в) ако лизингодателят вземе актив на доверително управление, то той не получава правото на собственост върху актива и следователно възникващите при последващо отдаване отношения не следва да се считат за лизингови;
г) лизингодателят може да придобие обекта на лизинг при условията на бартерен обмен, но бартерните операции пак се свеждат до отношения на покупко-продажба;
д) лизингодателят може да придобие актива при отсрочено плащане, но това по същността си е търговски кредит, за който говорихме по-горе. Покупката на актив от лизингодателя чрез кредит следва да се разглежда като съставна част от лизинговите операции.

Прехвърлянето правото на собственост на предмета на лизинг на лизингополучателя в края на срока на лизинговия договор е честа, но не задължителна практика при лизинговите операции. Това е главното различие между лизинга и дългосрочния наем с последваща покупка.

С оглед направените разсъждения, определението за лизинг на недвижима собственост, според нас, може да се допълни. Лизинг на недвижима собственост – това е комплекс от икономически отношения, възникващи при операции по покупка и последващи такива, основани на кредит и наемане/отдаване на недвижимо имущество с производствено (или непроизводствено) предназначение за срок, близък до срока на пълната им амортизация.

Вложението на капитал в обекти на предприемаческата дейност, както и произтичащата от срока на лизинговите операции дългосрочна форма на кредитиране, показва, че по външни белези лизингът на недвижима собственост е сходен и с инвестициите. Под инвестиционни операции се разбират такива, свързани с влагане на парични средства за реализация на проекти, които ще осигуряват на предприятието доход за период, по-голям от една година. Това напълно съответства на дългосрочния кредит, имащ място при провеждане на лизинговите операции.

[19] Терминът е разгледан подробно в параграф 1.2 от изложението.

По мнение на специалисти, за да е икономически изгоден за участващите страни, първоначалният срок на финансовия лизинг[20] трябва да покрива не по-малко от 50–75% от срока за ефективно използване на оборудването[21]. Така е и в българското законодателство, където параграф 3.3, т. „в" от НСС 17 (отменен) гласи: „срокът на лизинговия договор покрива по-голямата част от икономическия живот на актива дори ако правото на собственост не е прехвърлено" и чл. 3.3, т. „г" „в началото на лизинговия договор сегашната стойност на минималните лизингови плащания се равнява на справедливата стойност на наетия актив"[22].

Съществуват мнения, според които при получаване на недвижимо имущество за ползване не произтича вложение в актив от страна на лизингополучателя. Появява се само нето имущество и задлъжнялост по наем[23]. Ние не споделяме такъв подход.

След като бъдат отчетени сходствата между лизинг и инвестиции, считаме, че лизинговите отношения могат да се разглеждат като инвестиционна операция, а определението за лизинг на недвижима собственост да се допълни така: комплекс от икономически отношения, възникващи при кредитиране на инвестиционна операция, която се състои в покупка и последващо отдаване под наем на недвижимо имущество за срок близък до срока на пълната му амортизация.

Възникващите при лизинг отношения не са само икономически. Те са и имуществени – доколкото възникват по повод конкретен актив; данъчни – доколкото касаят стопанската дейност на участниците; митнически – при сделки по международен лизинг; застрахователни, съдебни и други в зависимост от броя на участниците в сделката[24].

В заключение може да се обобщи, че въпреки сходствата на лизинга на недвижима собственост с всяка една от операциите поотделно, той е съвкупно понятие и сравнително нова за нашите условия организационно-правна форма на бизнеса със свои принципи и особености (фиг. 1).

В своята цялост, въз основа на нашето изследване, понятието „лизинг на недвижима собственост" може да се определи като комплекс от икономически, имуществени, данъчни, митнически, арбитражни, застрахователни и други отношения, възникващи между физически и/или юридически лица при кредитиране на инвестиционна операция, която се състои в покупка и последващо отдаване под наем на недвижимо имущество за срок близък до срока на пълната му амортизация с право на покупка на обекта в края на периода.

Така определено понятието лизинг на недвижима собственост има следните основни характеристики:

а) позволява да се добие представа за принципния обхват на лизинга;
б) показва, че лизингът на недвижима собственост по правило е сложна съвкупност от отношения, която едновременно с това е делима;

---

[20] Видовете лизинг са разгледани подробно в параграф 1.2 от изложението.
[21] Вж. Лелецкий, Д. Об икономической сущности лизинга. // http/www.unlease.ru/publicasions.
[22] НСС 17 Приложение към чл. 1 на ПМС № 65 от 25.03.1998 г. – ново. // ДВ, № 22, 2002 г. (отменен).
[23] Лелецкий, Д. Что такое лизинг? // http/unlease.ru/prologue/what_is_leasing.
[24] Обекти и субекти на лизинга са разгледани подробно в следващите части на изложението.

в) достатъчно пълно е и практически не допуска друго тълкуване на икономическата същност на лизинга на недвижима собственост.

Фиг. 1. Основни принципи на лизинга на недвижима собственост[25]

1.2. Класификационна характеристика на лизинга на недвижима собственост

В специализираната литература към момента не съществува единно авторово мнение относно еднаквост на критерии за класификация и пълен списък на видовете лизинг на недвижима собственост. Изработването на такива според нас е затруднено поради въздействието на редица фактори, които за целите на изследването сме обособили в две основни групи:

а) Общи – отнасящи се до приложението на лизинга във всички сфери на националното и световно стопанство. Като водещи от тях могат да бъдат посочени:
   - различията в правните системи на отделните държави и, като следствие от това, отсъствие на единна трактовка на видовете лизинг;

[25] Адаптирано от автора по Горемыкин В. А, Финансовый менеджемент №2, Москва, 2003.

- различие в механизмите за държавно регулиране на лизинговите отношения;
- различие в системите за данъчно облагане и преференции с последващата от това различна конкурентоспособност на лизинга спрямо другите форми на финансиране;
- спецификата на конкретна лизингова операция, съчетана с многообразието в конкретните условия на отделните договори. В много случаи в рамките на един договор различните видове лизинг се припокриват.

б) Специфични – към които могат да бъдат отнесени:
- особеностите и различията, които отделят лизинга на недвижима собственост от останалите видове лизинг и са свързани най-вече с неговия обект.

В хода на формиране и развитие на лизинговите отношения световната практика е създала различни видове лизинг.

В много от отделните държави на Европейския съюз основанията за класифициране на лизинга са различни. Във Франция определящо е предназначението на актива – инвестиционно или потребителско[26].

В Португалия, за да се определи лизингът като финансов, трябва да бъдат изпълнени няколко критерия, свързани със срока на икономическа годност на актива, остатъчната стойност на актива в края на лизинговия период, опция за покупка и др[27]. Дори и да са изпълнени всички тези условия, ако лизингодателят не е кредитна институция, а т. нар. каптив (captive)[28], лизингът се класифицира като наемен договор (renting contract).

В законодателството на Испания съществува правна уредба на оперативния, финансовия лизинг, т.нар. lease-back и договора за рентинг, като разновидност на договора за лизинг[29].

В страни като Австрия, Германия, Великобритания, Италия, Холандия класификацията на лизинга се основава на принципите на МСС 17[30].

В Закона за финансов лизинг на Руската федерация са уредени финансовият и сублизингът[31].

За да се урегулират отношенията в областта на международния лизинг, Международният институт за унификация на частното право – UNIDROIT, през 1987 г. изработва проект на Конвенция за международния финансов лизинг. Той е обсъден и приет на 28 май 1988 г. на дипломатическа конференция в Отава. В нея участват 55 държави, включително и България. Конвенцията е открита за подписване на 31 декември 1990 г.

В България, като страна, присъединила се към Конвенцията, законодателството е съобразено с международното. Направеното в хода на изследване проучване обаче

---

[26] Маринова, Р. Цит. съч., с. 23.
[27] Пак там.
[28] Каптив е подчинена лизингова компания, формирана от производители на активи, които са обект на лизингови операции.
[29] Народно събрание на РБ. Търговско-правна уредба на договора за лизинг в законодателството в основни европейски страни и САЩ. София, 2005.
[30] Маринова, Р. Цит. съч., с. 23.
[31] Народно събрание на РБ. Търговско-правна уредба на договора за лизинг в законодателството в основни европейски страни и САЩ. София, 2005.

показва, че правната уредба на договора за лизинг у нас е по-обща и по-кратка в сравнение с тази на редица държави, където има специален Закон за лизинга[32].

Независимо от посочените различия, основните видове лизинг, признати навсякъде по света, са финансов и оперативен. Разграничаването между финансов и оперативен лизинг се осъществява в началото на лизинга на принципа „предимство на съдържанието пред формата", т. е. въз основа на същността на сделката, а не според формалността на договора (фиг. 2).

Фиг. 2. Класификация на лизинга като финансов и оперативен в съответствие с МСС 17[33]

[32] В българското законодателство договорът за лизинг е уреден в глава двадесет и трета (чл. 342–347) от Търговския закон и съответните препратки към Закона за задълженията и договорите (чл. 228–239), а класификацията на лизинга е съгл. принципите на МСС No 17, който дефинира финансов и експлоатационен лизинг. Други нормативни актове, които имат отношение към лизинга са: Закон за счетоводството; Закон за данък върху добавената стойност; Закон за корпоративното подоходно облагане; Международен счетоводен стандарт No 17; Закон за кредитните институции; Закон за мерките срещу изпирането на пари; Закон за мерките срещу финансирането на тероризма; Закон за особените залози; Правилник за устройство и дейността на Централния регистър за особените залози към Министерството на правосъдието; Валутен закон; Закон за чуждестранните инвестиции; Наредба No 27/ 24.07.2003 г. за статистика на платежния баланс; Закон за потребителския кредит.

[33] МСС 17. Международни счетоводни стандарти. София: Форком, 2003.

Финансовият лизинг (financial, capital leases) представлява взаимоотношения между партньори, предвиждащи в периода на действие на договора между тях изплащане на лизингови вноски, сумата от които е достатъчна за пълното възстановяване на направеното от лизингодателя капиталовложение (вкл. първоначалната цена на отдаденото оборудване и свързаната с него издръжка) и му гарантират определена печалба[34].

Конвенцията за международния финансов лизинг[35], регулираща отношенията в тази област, в глава I, чл. 1 дава дефиниция на финансовия лизинг, според която за него е характерно следното:

а) лизингополучателят определя оборудването и подбира доставящата страна, без да разчита на това предимно на способностите и преценката на лизингодателя;
б) лизингодателят придобива имуществото във връзка с договор за лизинг, който е сключен или предстои да бъде сключен между лизингодателя и лизингополучателя със знанието на доставящата страна;
в) наемните суми, съгласно договора за лизинг, се изчисляват така, че да бъде отчетена амортизацията на цялата или значителна част от оборудването.

Международният счетоводен стандарт 17 (МСС 17)[36] определя като финансов този лизинг, при който лизингодателят „прехвърля в значителна степен всички рискове и изгоди от собствеността върху актив" на лизингополучателя. „Примери за ситуации, при които по принцип лизинговият договор се класифицира като финансов лизинг" са посочени в т. 8 от МСС 17 и те са:

а) „лизинговият договор прехвърля собствеността върху актива на лизингополучателя към края на срока на лизинговия договор;
б) лизингополучателят притежава опция за закупуване на актива на цена, която се очаква да бъде значително по-ниска от справедливата стойност[37] към датата, на която опцията става изпълнима, като в началото на лизинговия договор в голяма степен е сигурно, че опцията ще бъде упражнена;
в) срокът на лизинговия договор покрива по-голямата част от икономическия живот на актива, дори ако правото на собственост не е прехвърлено;
г) в началото на лизинговия договор сегашната стойност на минималните лизингови плащания се равняват почти изцяло на справедливата стойност на наетия актив;
е) наетите активи имат специфичен характер, като само лизингополучателят може да ги експлоатира без извършването на съществени модификации".

Търговският закон[38] на РБългария в чл. 342 определя като финансов лизинг този, при който „лизингодателят се задължава да придобие вещ от трето лице, при условия, определени от лизингополучателя и да му я предостави за ползване срещу

---

[34] Leasing Finance. London: Euromoney Books,1990, p. 13.
[35] http//www.unidroit.org/English/conventions/1988leasing/main.htm
[36] МСС 17. Международни счетоводни стандарти. София: Форком, 2003.
[37] Според МСС 17, справедлива стойност е сумата, за която даден актив може да бъде заменен или даден пасив уреден между информирани и желаещи страни в пряка сделка помежду им.
[38] Вж. Търговски закон. // ДВ, № 48,1991, посл изм. ДВ, № 34, 2011.

възнаграждение”, като „лизингополучателят може да придобие вещта по време на договора или след изтичане на срока му” и „риска от случайно погиване или повреждане на вещта е за лизингополучателя”.

Анализът на изложеното дава основание да се обобщи, че за финансовия лизинг са характерни следните основни черти:

- Участие освен на лизингодател и лизингополучател и на трета страна (производител или доставчик).
- Продължителен срок на договора, който покрива по-голямата част от икономическия живот на актива, т. е. рискът от морално остаряване на обекта на лизинг се поема от лизингополучателя.
- Рискът при използване на обекта на лизинг се прехвърля от лизингодателя върху лизингополучателя.
- В случай че не е предвиден начален, неотменим период, лизингополучателят може да отмени договора, като всички загуби, понесени от лизингодателя, свързани с отмяната, се поемат от лизингополучателя.

След изтичане срока на лизинговия договор, лизингополучателят може да закупи обекта на лизинг по остатъчна стойност; да сключи нов договор за по-кратък срок и облекчени условия; да върне обекта на лизинг на лизингодателя. Ако в договора е предвидена опция за закупуване на актива в края на периода, страните предварително определят остатъчната стойност на обекта на лизинг.

Оперативен (сервизен, експлоатационен) лизинг е този, който е „различен от финансовия” и „не прехвърля в значителна степен всички рискове и изгоди от собствеността върху актива”[39] на лизингополучателя. Сам по себе си оперативният лизинг представлява наемни отношения, при които разходите на лизингодателя, свързани с придобиването и притежаването на предмета на лизинг, не се покриват от лизинговите плащания по един лизингов договор[40].

За този вид лизинг са характерни няколко основни признака:

- Лизинговият договор се сключва за срок значително по-кратък от срока на физическо износване на имуществото.
- Лизингодателят придобива предмета на лизинг по-рано, без да има в предвид конкретен лизингополучател.
- Лизингодателят не разчита да покрие всички направени разходи само от лизинговите плащания на един лизингодател.
- Рискът от повреждане или загуба на актива се носи основно от лизингодателя.
- Размерът на лизинговите плащания (при равни други условия) обикновено е по-висока от тези по финансов лизинг поради отсъствието на гаранции по възстановяване на направените разходи.
- С изтичане на договора за оперативен лизинг лизингополучателят има право: да продължи срока на договора, при по-изгодни условия; да върне актива на лизингодателя; да закупи актива от лизингодателя (при такава опция в договора), по пазарна стойност.

[39] МСС 17. Международни счетоводни стандарти. София: Форком, 2003.
[40] Leasing Finance. London: Euromoney Books, 1990, p.12.

Следва да се отбележи, че при оперативния лизинг проблем с регулиране на тристранните отношения „продавач – купувач (наемодател) – наемател” не съществува. При него лизингодателят най-често е и доставчик или собственик на актива и той се отдава под наем преди всичко за постигане на даден резултат (извършване на определена работа) от наемателя. Лизингодателят запазва правния си интерес върху остатъчната стойност на обекта на лизинг и след постигане на резултата. Именно тези квалифициращи белези са двете основни характеристики на оперативния лизинг.

При оперативен лизинг лизингополучателят не си поставя като приоритетна цел изгоден начин на финансиране, а по-скоро решаване на конюнктурни, епизодично възникващи нужди, което не го прави особено приложим в сектора на недвижимите имоти. Широко разпространен е в сектори като строителния, където се използват значителни като обем, номенклатура и стойност машини и агрегати.

В съвременните икономики лизингодателите предоставят широк избор от лизингови условия, които могат да съчетават в себе си признаци както на оперативния, така и на финансовия лизинг. Този тип споразумения носят названието комбиниран лизинг[41].

Като отчитаме международния опит, съществуващото към момента законодателство, особеностите на сектор „недвижими имоти” както и факта, че пазарът е обособил около тридесет вида лизинг, считаме за целесъобразно да предложим за целите на изследването класифицирането на лизинга на недвижима собственост да се извърши по две основни групи критерии: финансово-икономически и правно-организационни (фиг. 3).

Като първи от правно организационните критерии[42] могат да бъдат посочени формата на организация и техниката на провеждане (броят на субектите в сделката) на лизинга на недвижима собственост. Така се различават:

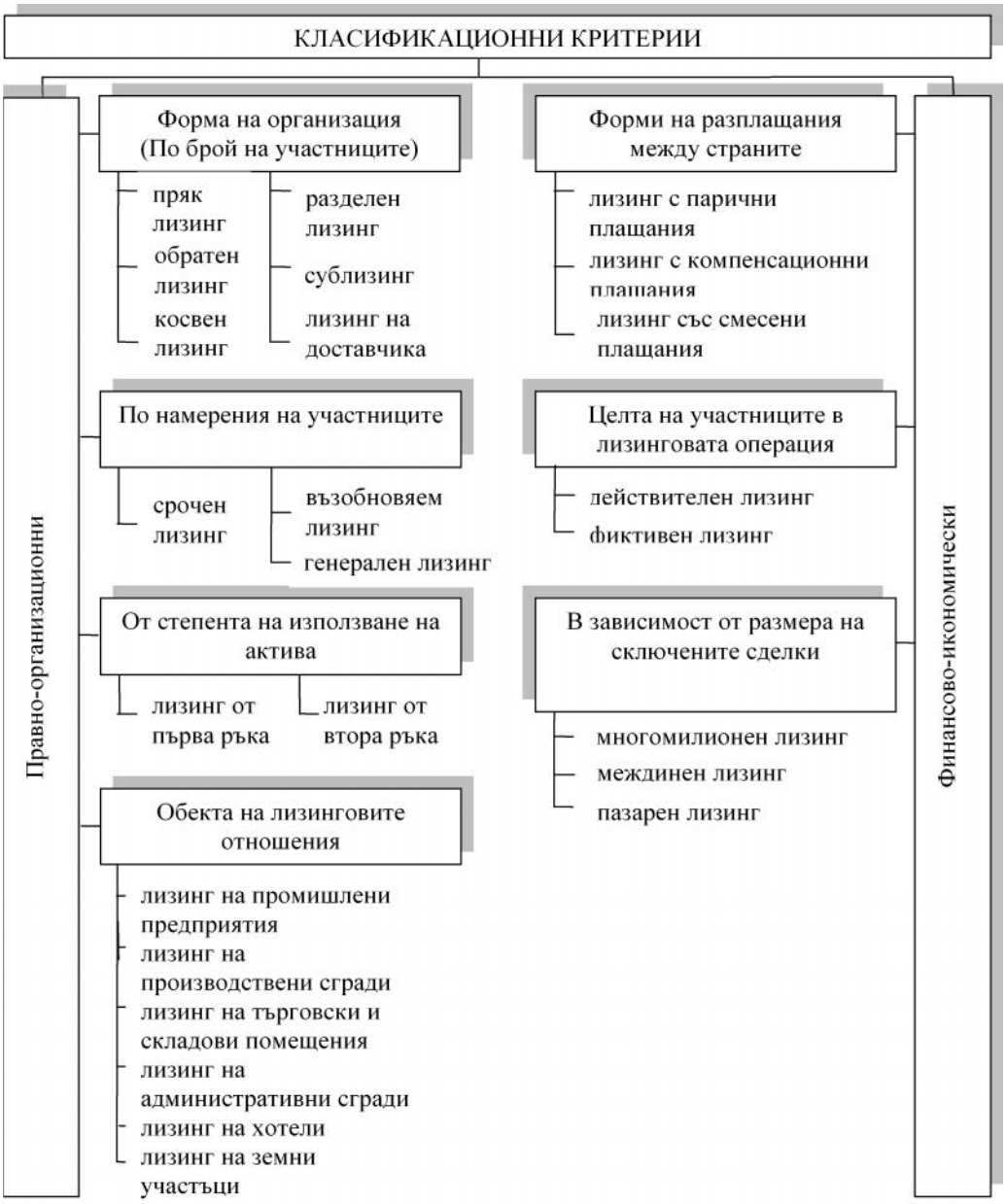
а) Пряк лизинг – двустранна сделка, при която лизингополучателят самостоятелно взема на лизинг необходимото му недвижимо имущество от лизингодателя. В същността си тези сделки не са класически лизинг, тъй като в тях не участва лизингова компания. Намира приложение при краткосрочно отдаване/наемане на активи.

б) Обратен (възвратен) лизинг (sale and leaseback arrangement). Представлява система от взаимосвързани споразумения, при които предприятие собственик на недвижимо имущество (земя, сграда или съоръжение) го продава на лизингова компания, като едновременно с това сключва договор със същата компания за дългосрочно наемане на своята бивша собственост при условията на лизинг с последваща покупка. Важно преимущество за обратния лизинг е използването на вече намиращ се в експлоатация актив като източник на финансиране на нови проекти.

Особено приложим е и за стопанските субекти, които често се нуждаят от значителна сума оборотни средства.

[41] Бригхем, Ю., Л. Гапенски. Финансовый менеджмент, т. 2. Санкт Петербург: Икономическая школа, 2001.

[42] Последователността при подреждане на критериите е по преценка на автора.



Фиг. 3. Основни критерии за класификация на лизинга на недвижима собственост

В случая той е по-добрата алтернатива на операция по залог на имуществото, тъй като продавачът веднага получава от лизинговата компания взаимно договорената сума по сделката и едновременно продължава да ползва актива в качеството

си на наемател. Този вид лизинг в най-голяма степен отговаря на нуждите на неголемите предприятия, като им позволява бързо и оперативно да решават проблемите си и вече се прилага в нашата практика.

в) Косвен лизинг – когато наемането на недвижимо имуществото от лизингополучателя на лизинг става чрез посредник. Косвеният лизинг може да се класифицира като:
   - тристранен лизинг – класическа тристранна лизингова операция (доставчик – лизингодател – лизингополучател); Лизингодателят придобива от доставчика обекта на лизинг и го отдава на лизингополучателя, като изпълнява всички действия по организацията на лизинговите операции.
   - многостранен лизинг – с четири до седем и повече участници. Прилага се за скъпо струващи активи със специализирана поддръжка. Използва се предимно при трансгранични транзакции.

г) Разделен лизинг (leveraged leasing) – наричан още групов или акционерен лизинг. При него е характерно многоканално финансиране. Специфична особеност на разделния лизинг е, че лизингодателят осигурява само част от необходимата за покупката на обекта на лизинг сума. Останалата част се осигурява с кредит от един или няколко кредитора. В същото време лизингодателят (в зависимост от конкретното законодателство) продължава да ползва всички данъчни облекчения, изчислени върху цялата стойност на имуществото. Друга особеност на този вид лизинг е, че лизингодателят ползва кредит при определени условия, които не са много характерни за финансово-кредитните отношения у нас. Кредитополучателят-лизингодател не носи отговорност пред кредиторите за връщането на кредита – същият се погасява от лизинговите вноски. Ето защо като правило лизингодателят оформя в полза на кредиторите залог на имуществото до погасяване на заема и им отстъпва право да получават част от лизинговите плащания за сметка на дълга и до погасяването му. По този начин основния риск по сделката носят кредиторите – банки, застрахователни компании, инвестиционни фондове и други финансови учреждения, а като гаранция за изплащането на кредита служат само лизинговите вноски и лизинговото имущество.

В държавите с развит пазар на лизингови услуги повече от 85% от всички лизингови сделки се сключват на основата на разделен лизинг[43]. Някои държави изискват минимален процент от цената на актива, който лизингодателят трябва да покрие със собствени средства. В САЩ например, лизингодателят е длъжен да осигури поне 20% от общата стойност на актива[44]. Българското законодателство не поставя ограничения в тази насока.

---

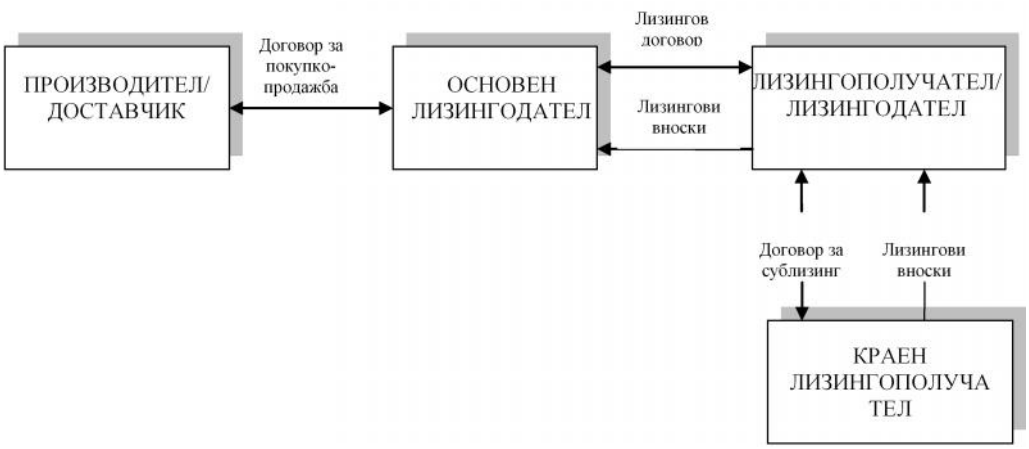
[43] Боровская, М. Банковские услуги предприятиям: учебное пособие. Таганрог: ТРТУ, 1999, електронна версия в http://www.aup.ru/books/m10/5.htm.

[44] Маринова, Р. Цит. съч., с. 28.

Фиг. 4. Разделен лизинг

Разделният лизинг е разпространен като форма на финансиране на крупни обекти. Алгоритъм на разделен лизинг е представен на фигура 4.

д) Сублизинг (фиг.5). При него лицето, което го осъществява, получава недвижимото имущество на лизинг от лизингодателя по договор за лизинг и го преотдава за временно ползване на лизингополучател по договор за сублизинг. При преотдаването на обекта на лизинга в сублизинг задължително се изисква писмено съгласие на основния лизингодател. Такъв тип договори предвиждат в случай на временна неплатежоспособност или фалит на лизингодателя-посредник лизинговите плащания да се изплащат на основния лизингодател.



Фиг. 5. Сублизинг

Сублизингът успешно се прилага от големи корпорации, концерни, холдинги и други обединителни структури по следната схема: когато главното предприятие не е убедено в правилността на разходване на паричните средства при придобиване на собственост върху недвижим имот от свои дъщерни фирми и не желае непосредствено да ги финансира. Тогава то създава лизингова компания, която по заявка на съответното предприятие от структурата закупува необходимото имущество и му го предоставя. По-нататък тя следи за своевременното изплащане на лизинговите вноски, акумулира ги и ги превежда на основния лизингодател, осъществява контрол при използване на имуществото, а при уговорени в лизинговия договор случаи – и текущо поддържане. Тази схема е много удобна и в случаи, когато основният лизингодател и предприятието-лизингополучател са в различни региони. Тогава, с наблюдението за правилно използване на актива, инкасирането на лизинговите плащания и решаването на възникващи текущи въпроси може да се занимава местна лизингова компания. В международната сфера сублизинговите сделки, наричани още „дабъл дип", използват комбинацията от данъчни облекчения в две или повече страни.

е) Лизинг на доставчика (Supplier's Leasing). Форма на лизинг, съчетаваща обратния лизинг и сублизинга. При него производителят продава на лизингодателя имота и получава веднага стойността му. Същевременно производителят наема същия актив и го отдава в сублизинг на краен получател. Цел на такава лизингова операция би могло да бъде навлизане или разширяване на пазарния дял на производителя на пазари с ниска платежоспособност.

Фиг. 6. Лизинг на доставчика

По намерения на участниците лизингът се дели на:

а) Срочен – когато имаме еднократно наемане на недвижимо имущество. С възможности за широко използване на този вид лизинг в сектора на недвижимите имоти.

б) Възобновяем (револверен) – при него недвижимото имущество, обект на лизинг, след определено време и по желание на лизингополучателя може да бъде заменен с нов. Всички разходи по замяната се поемат от инициа-

тора. Обикновено такъв тип лизингови договори сключват лизингови компании, създадени като дъщерни на основни дилъри и доставчици.

Генералният лизинг е разновидност на револверния и позволява лизингополучателят да допълни списъка на наети активи без необходимост от сключване на нов договор. Това е важно при договори с твърди срокове и големи неустойки.

В зависимост от степента на използване на недвижимото имущество се различават:

а) Лизинг от първа ръка (first hand leasing) – лизинг на ново имущество, което веднага задоволява изискванията на предприятието.
б) Лизинг от втора ръка (second hand leasing). Представлява лизинг на недвижимо имущество, което вече е било използвано. В този случай предприятието – лизингополучател го наема от лизингодателя не по първоначална, а по остатъчна стойност.

В зависимост от обекта на лизинговите отношения лизингът на недвижима собственост може да бъда разделен на следните няколко вида:

а) лизинг на промишлени предприятия;
б) лизинг на производствени сгради и съоръжения;
в) лизинг на търговски, складови и други помещения;
г) лизинг на административни сгради;
е) лизинг на хотели;
ж) лизинг на земни участъци и др.

По финансово-икономическия признак – форми на разплащане между страните различаваме:

а) Лизинг с парични плащания – когато предприятието – лизингополучател извършва всички плащания в парична форма.
б) Лизинг с компенсационни плащания – когато плащанията по договора за лизинг се осъществяват под формата предоставени на лизингодателя активи или под формата на оказани услуги.
в) Лизинг със смесени плащания – когато наред с парични се допускат и плащания със стоки и услуги.

Признак за класифициране на лизинга може да бъде целта на участниците в лизинговата операция. Така се различават:

а) Действителен лизинг – сделка, продиктувана от стопанските нужди на предприятието.
б) Фиктивен лизинг – сделка със спекулативен характер, при която целта на един или повече участниците в операцията е само и единствено извличане на значителни печалби от ползване на данъчни облекчения, свързани с лизинга. У нас законодателството не предоставя данъчни облекчения за ползване на лизинг, което прави този вид неприложим към момента.

В зависимост от размера на сключените сделки, лизингът се подразделя на:

а) Многомилионен лизинг – това обикновено е лизинг на уникално имущество и цели предприятия, със стойност на сделката над пет милиона долара.
б) Междинен лизинг – в международната практика е прието за такъв да се счита лизинг със стойност на имуществото между 0,5 и 5 милиона долара.

в) Пазарен лизинг – характеризира се с това, че в един договор за лизинг се обединяват няколко единици сравнително евтино оборудване, произвеждано от един производител[45].

В заключение може да бъде обобщено, че при лизинг на недвижима собственост най-често се прилагат два основни вида лизинг – пряк (директен) лизинг и обратния (възвратен) лизинг.

Интересен продукт, който започва да навлиза на лизинговия пазар у нас, е т. нар. „лизинг на строителство". При него собствеността на парцела или правото на строеж е на лизингодателя и всичко, което се построи на съответния парцел, е негова собственост до момента, до който лизингополучателят изплати цялата сума. По същество той наподобява инвестиционно кредитиране, но комбинира в себе си предимствата по отношение разсрочването на ДДС, по-дългия срок на връщане и по-ниско самоучастие.

В съвременните икономически условия доброто финансово управление е пряко свързано с детайлното познаване и използване на различните видове лизинг на недвижима собственост. В тази връзка така предложената класификация има следните предимства:

а) достатъчно обширна е;
б) отчита разработките за лизинга, направени в последните години;
в) позволява обстоен и всестранен анализ на видовете;
г) последователна е, което позволява проследяване и по-пълно изследване на връзките между отделните класификационни признаци.

Като цяло, сравнителният анализ на предложената от нас класификацията за видове лизинг на недвижима собственост позволява да се направят следните изводи:

а) различните видове лизинг могат да бъдат съчетани в един договор в зависимост от конкретните договорени от участниците условия;
б) разнообразието от лизингови форми в стопанския живот спомага за развитието на породените икономически и други отношения и едновременно с това поражда инициативност в мисленето, която би се проявила като точно определена форма на лизинг за конкретен обект при конкретни съпътстващи обстоятелства.

Посоченото дава основание да се твърди, че всичко това несъмнено води до нарастване ролята на лизинга на недвижимата собственост в съвременните икономически условия.

Глава втора. Изследване състоянието на лизинга на недвижима собственост и насоки за неговото развитие в България

2.1. Качествена характеристика и предимства на лизинга на недвижима собственост

Лизингът на недвижима собственост представлява сложна система от отношения, която предполага наличие и взаимодействие на множество елементи в нея. Едновременно с това, неговите характеристики имат ясно изразена специфика, обус-

[45] Смирнов, А. Лизинговые операции. Москва: Консалтбанкир, 1995, с. 14.

ловена преди всичко от особените свойства на обекта на лизинг. За разлика от други държави[46], законодателството в Република България не поставя ограничение или забрана обект на лизингова сделка да бъде недвижимо имущество от определен тип. Предмет на лизингов договор у нас може да бъде всякакъв вид недвижимо имущество, договорено между страните. Това включва промишлени предприятия, производствени сгради и съоръжения, търговски, складови и други помещения, административни сгради, хотели, земни участъци и др., които:

а) могат да се използват в стопанската дейност;
б) са специално изградени или придобити за нуждите на лизингополучателя;
в) за използването на които няма законодателно ограничение или забрана.

От тук могат да бъдат изведени и двете най-важни условия:

а) имотът да е с бизнес предназначение – предимно построени и функциониращи офис сгради, търговски площи, логистични центрове, складове, шоуруми и други сгради с търговско предназначение;
б) имотът да е с вече издадено или с предстоящо за издаване удостоверение за въвеждане в експлоатация[47].

Лизингът на недвижима собственост е съвременната форма за финансиране, при която се съчетават предимствата на вземане под наем и придобиване на собственост. От гл. т. на факта, че нормативният срок на използване не недвижимите имоти е продължителен, то и самият договор за лизинг следва да бъде дългосрочен. С оглед особените характеристики на недвижимата собственост[48], стойността на която като правило се повишава във времето, лизинговите договори в по-голямата си част се сключват и с право на последваща покупка или с клауза за задължително закупуване. Изключение правят ситуациите, при които имаме краткосрочна потребност от актива. Независимо от факта, че спазването на условията по дългосрочни договори е твърде трудно и сложно в условията на степента на отвореност на българската икономика, придобиването на недвижим имот чрез лизинг има редица предимства в сравнение с покупката със собствени или заети средства[49]. Сред най-важните от тях могат бъдат откроени следните:

- Лизингът на недвижима собственост дава възможност за дългосрочно финансиране на 100% от стойността на имота с минимални първоначални разходи, което позволява запазването на добра ликвидност на лизингополучателя, без да увеличава неговата задлъжнялост.
- Обезпечава финансиране на лизингополучателя в точно съответствие с потребностите му от финансируеми активи. Това е особено изгодно за предприятия от малък и среден тип, за които е невъзможно толкова удобно и гъвкаво финансиране посредством заем или възобновяем кредит, какъвто се предоставя на големите компании.

---

[46] Така например в Руската федерация обект на лизинг не могат да бъдат земни участъци.
[47] Тук не се включва лизингът на земни участъци.
[48] Вж. Стоянов, С. Развитие на недвижимата собственост в България. // Годишник на ИУ - Варна, том 77, 2007, с. 53.
[49] Предимствата на лизинга на недвижима собственост се отнасят най-вече за търговските имоти.

- Срокът на лизинга на недвижима собственост у нас е 15 години, като в някои случи може да бъде и по-голям. Това е съществено предимство предвид факта, че в корпоративния сегмент рядко има срокове над 10 години.
- При лизинга на недвижима собственост въпросите за придобиване и финансиране на актива се решават едновременно. Той насочва финансовите ресурси непосредствено към придобиване на недвижимия имот и по този начин снема проблема за нецелево използване на кредитни средства. Така веднъж предоставила парите, лизинговата компания не следи за тяхното разходване.
- Позволява на лизингополучателя да придобие и използва крупен недвижим имот без задължително да разполага със значителни финансови ресурси.
- Възвратният лизинг дава възможност за използване на земя или недвижим имот с вече издадено или с предстоящо за издаване удостоверение за въвеждане в експлоатация като източник на финансиране на нови обекти. Т.е. операциите по възвратен лизинг се осъществяват единствено в правното пространство и нямаме реално движение на материални потоци. Независимо че по външна форма се осъществяват по финансова схема, близка с тази на кредиране със залог на имущество, тези сделки не следва да се отъждествяват. При лизинга залог не се оформя. От гледна точка на факта, че продавачът веднага получава от лизинговата компания взаимно договорената сума по сделката и едновременно продължава да ползва актива в качеството си на лизингополучател, ние твърдим, че обратният лизинг следва да бъде приеман като по-добрата алтернатива.
- При възвратен лизинг не се изисква самоучастие или първоначална лизингова вноска, което е практика при ипотечното кредитиране и при много от другите видове лизинг.
- Активът остава в баланса на лизингополучателя. Това му дава право да приспада амортизациите на лизинговия недвижим имот, както и разходите за лихви по лизинга от облагаемата печалба.
- В зависимост от предназначението на имота законодателят предоставя възможност и за възстановяване на ДДС[50]. Лизингът финансира ДДС и едновременно с това позволява той да се плаща с всяка лизингова вноска, а не еднократно. В някои лизингови компании (например Райфайзен лизинг) ДДС се финансира безлихвено.
- Лизиновият договор може да бъде структуриран така, че в максимална степен да отговаря на специфичните нужди от финансиране на лизингополучателя. Това е продиктувано от факта, че юридически собственик на недвижимия имот, обект на лизинг е лизинговата компания, което позволява по-изгодни финансови параметри в сравнение с банковото кредитиране и изготвяне на индивидуални схеми за всеки отделен случай.
- Лизингът на недвижима собственост дава възможност за изключителна гъвкавост при договаряне и изплащане на лизинговите вноски (от месечни до годишни), което позволява на лизингополучателя да съчетае плащанията с постъпленията, получени от експлоатацията на бизнес имота.

[50] Вж. Закон за данък върху добавената стойност. // ДВ, № 63, 2006, посл.изм. ДВ, № 19, 2011.

- Минимално самоучастие от порядъка на 10–15%, което позволява да се финансира по-голяма стойност.
- Не се изискват допълнителни обезпечения, освен запис на заповед. Така се опростява процедурата и се пести времеви ресурс.
- Лизинговата сделка може да бъде сключена за по-кратко време и при по-облекчена процедура от ипотечния кредит.

В класическа лизингова операция участват три страни – лизингодател, лизингополучател и производител/доставчик[51]. В тази връзка може да се твърди, че в най-голяма степен предимствата на лизинга се проявяват тогава, когато тези субектите са тясно свързани помежду си. Тук се има предвид или постоянно взаимодействие между тях, което не се ограничава в еднократен акт на покупко-продажба и гаранционно обслужване или в случаи на съвместяване на няколко функции от един субект. За производителя и доставчика лизингът може да бъде разглеждан като лост за активен маркетинг. В случая лизингът е инструмент за пазарна експанзия, даващ възможност за разширяване на кръга от потребители сред тези, които не се нуждаят от постоянно използване на актив, не могат да осигурят финансиране за покупка или биха искали да се запознаят с експлоатационните характеристики в процес на работа. Така лизингът може да се разглежда като своеобразен вид реклама или по-точно придвижване на продукта на пазара. Ако на лизинг се предоставя не една единица, а цял производствен комплекс, това би довело до допълнително увеличение на обема на продажбите. За лизингодателя е привлекателно предоставянето от производителя на търговска мрежа. Лизингодателят, а чрез него и производителят, получават възможност за получаване на обратна връзка с крайния потребител. През срока на лизинговия договор лизингополучателят предоставя достоверна информация по конструктивните особености, което дава възможност за отстраняване на недостатъците и е особено актуално за инженерните съоръжения. Лизингът предоставя възможност за печеливше използване на временно свободни активи. В крайна сметка за лизингодателя лизингът е предприемаческа дейност, даваща възможност за получаване на приходи. Като предимство може да се разглежда и допълнителното застраховане от риск за неплащане, тъй като материално обезпечение на сделката винаги е лизинговият обект, собствеността върху който лизингодателят запазва.

С оглед на това да бъде направена обективна оценка на икономическата ефективност на лизинга като форма на финансиране придобиването на недвижима собственост, считаме за необходимо отчетените негови предимства да бъдат коригирани с възможните рискове. Рискът е елемент на всяко предприемаческо решение и действие и се разбира като опасност от получаване на доход, по-малък от планирания, или пряка загуба, свързани с обективна неопределеност и/или недостатъчна информираност в конкретна пазарна ситуация.

Рисковете, които съпровождат приложението на лизинга като форма на финансиране придобиването на недвижима собственост, могат да бъдат класифицирани в две основни групи: систематични и специфични рискове.

---

[51] Вж. Чапаров, Б. Субекти на лизинговите сделки. // Сборник доклади „Икономика, инвестиции, Европейски съюз”, Варна: Наука и икономика, 2006, с. 149.

За анализ на систематичните рискове е необходимо да се изследва средата в която функционират субектите. По наше виждане тази група риск можем да разделим на три подгрупи: политически, макроикономически и юридически рискове.

Степента на политически риск се определя с вероятността от промени в неблагоприятна посока на водената от правителството дългосрочна икономическа политика.

Макроикономическите рискове са пряко свързани с политическите и могат да доведат до забавяне на растежа на икономиката, намаляване на покупателната способност на населението, по-ниски нива на потребление и инвестиции. Този вид риск може да бъде подразделен на: валутен риск; инфлационен риск и кредитен риск.

Върху юридическия риск влияние оказват фактори като състояние и динамика на законодателството. Обикновено е свързан с неясна формулировка и противоречие в законодателните актове, регулиращи приложението на лизинга.

Разглежданата втора група рискове е свързана с икономическата природа и особености на лизинга. Към тази група можем да отнесем: секторните, фирмени, финансовите и проектните рискове.

Първият от тях се поражда от промени върху доходите и паричните потоци в сектори свързани с обекта на лизинг. Може да бъде породен и от некомпетентен мениджмънт или изменения в специфична нормативна база.

От възможните фирмени рискове[52] най-съществен е този, свързан с възможността от физическо унищожаване на недвижимата собственост – обект на лизинга.

Финансовите рискове най-често се изразяват в затруднения по посрещане на плащания по дълга, които лизингополуателят би могъл да има при небалансирана капиталова структура, както и с влошаване на събираемостта по вземанията.

Проектните рискове са свързани с разработка и изпълнение на конкретен проект при строителство на всеки един обект.

Практиката показва, че влиянието на различните рискови фактори е в зависимост от системата за управление на риска в дадена компания, от нейния размер, пазарен сегмент и др. Колкото е по-голяма една компания1 толкова по-силен е ефектът от рисковете на системно ниво, и обратно, колкото е по-малко предприятието, толкова по-отворено е то към специфичните рискове.

По наше мнение, наличието на валутен съвет, при който монетарна политика е максимално изолирана от влиянието на политическите фактори, съчетано с членството на страната ни в НАТО и ЕС е предпоставка за политическа стабилност и предполага нулев политически риск и силно редуцира инфлационния риск. Родното законодателство е синхронизирано с това на страните от Европейката общност, което свежда до минимум и юридическите рискове.

В заключение може да бъде обобщено, че предимствата на лизинга на недвижима собственост са продиктувани от факта, че лизингодателят запазва собствеността върху обекта на лизинг, а лизингополучателят получава възможност максимално да използва недвижимия имот през срока на договора. При това без значителни еднократни вложения и с възможност да придобие собствеността по минимална остатъчна стой-

[52] Вж. Чапаров, Б. Начини за минимизиране на видовете риск при лизингови операции. // Сборник доклади от научна конференция с международно участие „Строително предприемачество и недвижима собственост”. Варна: Наука и икономика, 2006, с. 134–140.

ност. Така лизингополучателят генерира средства, чрез които укрепва своя бизнес и получава приходи от ефективно използване на активите, а не от владението им.

Проблемът с отчитане на различните видове риск се явява един от ключовите, решението на които би позволило приемане на обосновани и рационални управленски решения.

От определяне степента на риска са заинтересовани както лизингодателят, така и лизингополучателят с оглед определяне на обоснована, взаимоизгодна величина на лизинговите плащания и форми на получаване.

2.2. Тенденции и насоки за развитието на лизинга на недвижима собственост в България

На ранния етап от развитието на лизинговия пазар у нас участниците в него практически не обръщаха внимание на лизинга на недвижима собственост. Засилената конкуренция между лизингодателите по цени и качество на услугите и определено благоприятната икономическа среда до края на 2008 г., обаче повишиха интереса към недвижимата собственост като обект на лизинг.

Стойността на недвижимото имущество по нови договори за лизинг непрекъснато нараства в периода до 2008 г. (табл. 3).

Таблица 3

Разпределение на новите договори за финансов лизинг по години и вид актив[53] (хил. лв.)

Вид на актива	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Машини, съоръжения и индустриално оборудване	311 979	511 104	702 814	1 045 070	310 571	186 651
Компютри и друго електронно оборудване	5 939	15 343	46 595	33 424	14 972	14 491
Товарни и лекотоварни автомобили	227 213	411 173	774 739	1 027 825	212 645	195 443
Леки автомобили	274 131	519 607	994 278	1 335 471	438 109	238 414
Недвижимо имущество	80 207	76 721	172 644	325 960	49 269	139 742
Други	36 796	54 849	74 021	246 547	115 321	30 250
Общо:	936 265	1 588 797	2 765 091	4 014 297	1 140 887	804 990

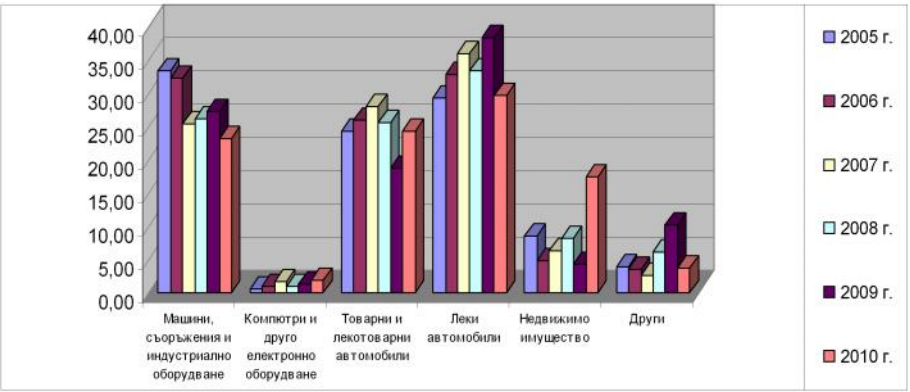
Забележка: *Данните за 2005 г. са от Българска асоциация за лизинг (БАЛ). За 2006 г. –2010 г. данните са от БНБ и БАЛ.*

[53] Изчислено по данни на БНБ. // http://www.bnb.bg; Българска асоциация за лизинг. //http://www.leasing-bulgaria.org.

През 2008 г. са сключени нови договори за финансов лизинг на недвижимо имущество на обща стойност 325 960 хил. лв., което е с 153 316 хил. лв. повече от предходната, т. е. регистриран е ръст над 88% на годишна база. Повишението спрямо 2005 и 2006 г. е с повече от четири пъти. Това прави недвижимото имущество актив с най-висок ръст на лизинг в периода до 2008 г. През последните две години от изследвания период тенденцията се обръща и в края на декември 2009 г. стойността на новите договори по финансов лизинг на недвижимо имущество възлиза на едва 49 269 хил. лв. Регистриран е спад над 6,5 пъти. Като основна причина за това се може да се посочи глобалното забавяне в сектора на недвижимите имоти, породено от влиянието на световната икономическа криза и последствията за отворена икономика като родната. Предприятията не инвестират или силно са ограничили закупуването на дълготрайни активи.

Положителен сигнал за възстановяване на лизинговия пазар на недвижимо имущество са данните за сключените нови договори за финансов лизинг през 2010 г. Сумата от 139 742 хил. лв. представлява увеличение на годишна база спрямо 2009 г. с близо три пъти. Следва да се отбележи факта, че лизингът на недвижимо имущество е единственият сегмент, който увеличава дела си в портфейла на компаниите от сектора. При всички останали активи се наблюдава намаление в дела им.

В процентно съотношение за една година делът на лизинга на недвижими имоти се е увеличил от 4.3% в края на 2009 г. до 17.4% в края на 2010 г. от всички нови договори за финансов лизинг (фиг. 7). Това нарастване според нас се дължи на увеличението на сделките с обратен лизинг в този сегмент. Така в условията на криза, значителна междуфирмена задлъжнялост и недостиг на финансов ресурс предприятията получават паричен ресурс срещу продажбата на имот на лизингова компания и погасяват с него задължения към други кредитори. Лизинговите компании от своя страна пък получават възможност за правене на бизнес, тъй като сегментите, в които са традиционно силни (лизинг на леки автомобили, товарни и лекотоварни автомобили, машини, съоръжения и оборудване), не са много активни в настоящата икономическа обстановка.



Фиг. 7. Относителен дял на нови договори за финансов лизинг по типове активи за периода 2005–2010 г.

Друга причина за нарастване на дела на лизинга на недвижимо имущество през 2010 г. е завършилото строителство на започнати проекти през 2007–2008 г. Тук се използва следната схема: при започването на реализацията на проекта се подписва договор, съгласно който клентът заплаща първоначална вноска, като реално погасителният план стартира едва когато обектът е готов. Има се в предвид производствени предприятия, големи бизнес сгради, търговски площи.

Като цяло активността може да бъде свързвана със следните фактори:

- Лизиговите компании, заемащи лидерски позиции на пазара, диверсифицират дейността си чрез лизинга на недвижима собственост.
- Лизинговите компании, опериращи на лизинговия пазар на недвижима собственост, са чуждестранни с опит или филиали на международни финансови институции.
- С лизинг на недвижима собственост се занимават компании, притежаващи финансова независимост и определен опит на лизинговия пазар.

Независимо от регистрирания през 2010 г. ръст обаче, анализът сочи, че лизингът на недвижима собственост заема сравнително малка част от портфейла на лизинговите компании и у нас. За изследвания период средно той заема средно 6–8 на сто, максимум 17% през 2010 г. За сравнение в страните от Централна и Западна Европа този процент достига 50[54]. В някои от тези страни има и лизингови компании, специализирани единствено и само в лизинг на недвижими имоти.

Причината лизингът на недвижими имоти да не е достатъчно интересен продукт за повече предприемачи ние свързваме с факта, че банковите институции са доста по-агресивни както по отношение на продуктите, които предлагат, така и по начините за тяхното популяризиране. На второ място е фактът, че лизинговите компании търсят единични, по-големи стойности на актива. Част от тях поставят долен праг на финансиране[55].

[54] Данните са от сп. „Имотът", № 32, 2008.
[55] При Райфайзен лизинг този праг е 1 млн. лв.

Таблица 4

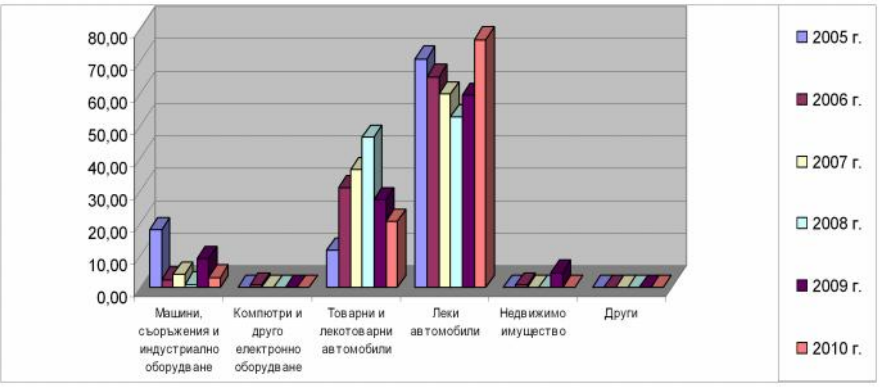
Разпределение на новите договори за оперативен лизинг по години и вид актив[56] (хил. лв.)

Вид на актива	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Машини, съоръжения и индустриално оборудване	2 049	766	1 821	645	2 939	1 089
Компютри и друго електронно оборудване	0	256	38	50	8	0
Товарни и лекотоварни автомобили	1317	9712	16088	29874	9 034	6852
Леки автомобили	8053	20474	26397	33864	19 744	25 806
Недвижимо имущество	0	293	0	0	1 558	0
Други	0	0	0	0	63	0
Общо:	11419	31501	44344	64433	33 346	33 747

Забележка: *Данните за 2005 г. са от Българска асоциация за лизинг. За 2006 г. – 2010 г. данните са от БНБ и БАЛ.*

Най-висок дял от новите договори за финансов лизинг през годините продължава да заемат леките автомобили, следвани от товарните и лекотоварни автомобили, машини, съоръжения и индустриално оборудване.

При разпределението на новите договори за оперативен лизинг е видно, че за последните години, с изключение на 2009 г., не са регистрирани такива (табл. 4). Причина за това според нас е фактът, че много от тези договори се приравняват към договори за наем и не се регистрират като лизингови.



Фиг. 8. Относителен дял на нови договори за оперативен лизинг по типове активи за периода 2005 г. – 2010 г.

[56] Изчислено по данни на БНБ. // http://www.bnb.bg; Българска асоциация за лизинг. // http://www.leasing-bulgaria.org.

При отчитане на разпределението на лизинговите вземания (нетна стойност) по договори за финансов лизинг (табл. 5) за периода до 2008 г. включително, отново се наблюдава трайна тенденция към увеличаване. Регистрираният ръст на вземанията от лизинг на недвижимо имущество е 219 641 хил. Лв. през 2008 спрямо 2007 г., т.е. 89% на годишна база. За 2007 нарастването е с над 53% спрямо 2006. Тук еднопосочната тенденция към непрекъснато нарастване отново се обръща през 2009 г.. когато се регистрира намаляване на вземанията с малко над 7%. През 2010 г. обаче единствено при лизинговите вземания по довори за финансов лизинг от недвижимо имущество е регистриран ръст и то с 23%, като в абсолютни стойности е задминато ниво от 2008 г.

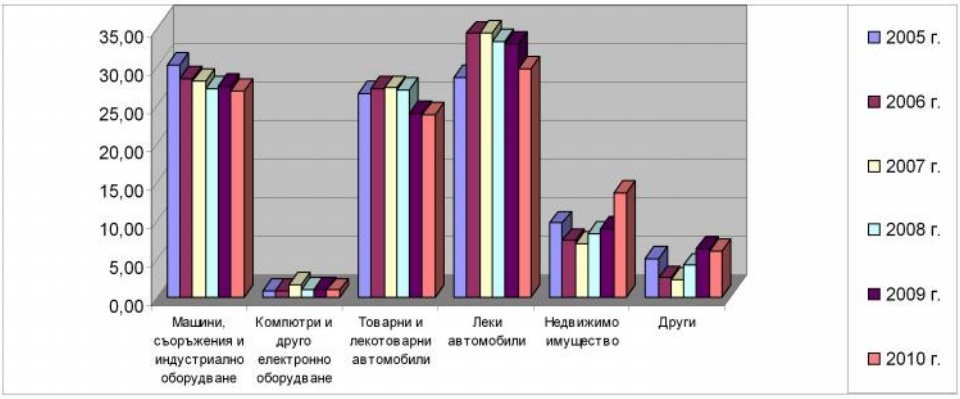
Таблица 5

Разпределение на лизинговите вземания (нетна стойност) по договори за финансов лизинг[57] (хил. лв.)

Вид на актива	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Машини, съоръжения и индустриално оборудване	301 327	623 513	1 010 198	1 552 404	1 341 896	1 053 849
Компютри и друго електронно оборудване	6 864	17 268	55 544	53 470	42 960	32 847
Товарни и лекотоварни автомобили	264 531	592 881	976 108	1 542 200	1 167 708	931 798
Леки автомобили	285 245	751 526	1 236 994	1 906 681	1 607 471	1 169 393
Недвижимо имущество	95 584	160 133	246 110	465 751	433 950	533 974
Други	49 291	53 598	79 234	233 437	305 721	233 575
Общо:	1 002 842	2 198 919	3604189	5 753 942	4 899 706	3 955 437

Независимо от това, обаче вземанията по договори за финансов лизинг от недвижимо имущество в изследвасния период (с изключение на 2010 г.) не надвишават 10% от общя обем (фиг. 9).

[57] Изчислено по данни на БНБ. // http://www.bnb.bg; Българска асоциация за лизинг. // http://www.leasing-bulgaria.org



Фиг. 9. Относителен дял на лизинговите вземания по договори за финансов лизинг по типове активи за периода 2005 г. – 2010 г.

При разпределението на лизинговите вземания (нетна стойност) при договорите за оперативен лизинг на недвижимо имущество в периода до 2008 г. включително тенденцията е към намаляване на стойностите (табл. 6). Спадът тук е от 53% (2007 г. спрямо 2006 г.) до почти 70% (2006 г. спрямо 2005 г.).

Таблица 6

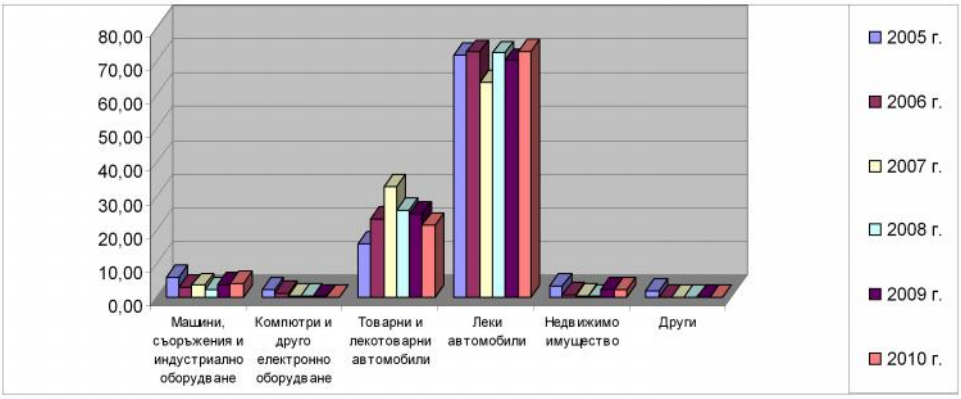
Разпределение на лизинговите вземания (нетна стойност) по договори за оперативен лизинг (хил. лв.)[58]

Вид на актива	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Машини, съоръжения и индустриално оборудване	1267	1061	1926	1414	2 928	2805
Компютри и друго електронно оборудване	465	332	116	59	39	25
Товарни и лекотоварни автомобили	3507	8835	18725	17446	19 657	15231
Леки автомобили	15989	27686	36603	49333	56 442	51892
Недвижимо имущество	738	224	105	45	1 561	1378
Други	366	0	0	0	0	0
Общо:	22 332	38138	57502	68297	80 627	71331

През 2009 г. е регистриран рекорден ръст от близо 35 пъти, след което през 2010 г. отново спад с 11,7%

Силно впечатление прави и фактът, че лизинговите вземания по оперативен лизинг в процентно отношение са малко над един процент от всички вземания (фиг. 10).

[58] Изчислено по данни на БНБ. // http://www.bnb.bg; Българска асоциация за лизинг. //http://www.leasing-bulgaria.org



Фиг. 10. Относителен дял на лизинговите вземания по договори за финансов лизинг по типове активи за периода 2005 г. – 2010 г.

Видно от табл. 7 е, че в сектор „операции с недвижимо имущество, наемодателна дейност и бизнес услуги" разпределението на лизинговите вземания както по нови договори за лизинг, така и при нетните лизингови вземания през целия изследван период също не надвишават 10%.

Таблица 7

Разпределение на лизинговите вземания операции с недвижимо и движимо имущество, наемодателна дейност и бизнес услуги[59]

Период	По нови договори за лизинг (хил.лв.)		Нетни лизингови вземания (хил.лв.)	
	Сума	% от всички вземания	Сума	% от всички вземания
2005	-	-	18 631	1.82
2006	61 057	3.76	62 284	3.11
2007	171 638	6.11	292 280	7.98
2008	298 512	7.32	467 450	8.03
2009	65 824	5.61	377 672	7.58
2010	54 135	6.45	306 433	7.61

Като причина за това вече бе посочено отражението на световната криза върху сектора.

Обобщеният анализ дава основание да се твърди, че лизингът на недвижима собственост все още е относително неразвит сегмент в България. Пазарът не е достатъчно готов за ефективното му използване и се сблъсква с редица трудности и ограничения от обективен и субективен характер. В тази връзка като основни причини тази финансова схема за финансиране придобиването на недвижима собственост да не е популярна тук могат да се посочат:

[59] Изчислено по данни на БНБ. // http://www.bnb.bg; Българска асоциация за лизинг. //http://www.leasing-bulgaria.org

- Лизинговите сделки с недвижима собственост се отличават с особена сложност при реализацията им. От гл. т. на факта, че нормативният срок на използване на недвижимите имоти е продължителен и самият договор за лизинг следва да бъде дългосрочен. Спазването на условията по такива дългосрочни договори обаче е твърде трудно и сложно в условията на степента на отвореност на българската икономика.
- Психологически проблеми, свързани с нагласата на българския гражданин имотът да бъде негова собственост. Това фрагментира изключително много върху пазара и е едно от обясненията, защо лизингът на недвижими имоти е в сравнително малък сегмент от нашия лизингов пазар. Това е и причината фокусът на този вид лизинг у нас да е изцяло върху корпоративния клиент.
- Лизингът на недвижими имоти не е атрактивен за спекулантите на пазара, поради факта, че лизинговата компания си запазва собствеността върху обекта, което затруднява продажбите.
- За обектите на недвижимата собственост не е предвидена възможност за ускорена амортизация, тяхната стойност като правило е твърде висока, което изисква лизинговите компании да разработват стъпаловидни финансови инструменти с използване на привлечен ресурс. Тези особености допълнително усложняват сключването и управлението на сделките по лизинг на недвижима собственост.
- Недобро познаване на механизма на лизинговите сделки от предприемачите.
- Недостатъчна рекламна и разяснителна кампания от страна на лизинговите компании.

В същото време регистрираният през последната година от изследвания период ръст показва повишен интерес от страна на участниците на имотния пазар към лизинга. Представителите на бизнеса започват да се обръщат към нови финансови инструменти. Сегментът „лизинг на недвижима собственост" има сериозен потенциал за развитие в България, който към момента не се използва достатъчно. Независимо че пазарът се развива възходящо, ние считаме че 8–10% е изключително малък дял. В повечето развити пазари този процент варира между 20–25%. В някой държави, като например Чехия, този процент е още по-вискок – 30-35%[60]. От гл. т. на факта, че с финансиране на индустриални имоти, лизингът помага за развитие на национакната икономика, ние считаме за здравословно и реално постижимо достигането на 20% в рамките на 10 години.

Още повече, че към момента едва шест-седем лизингови компании у нас реализират близо 90 на сто от сделките. Сред тях са Ерсте Груп Иморент, Пиреус Лизинг, Райфайзен Лизинг, Интерлийз, Хипо Алпе-Адрия Лизинг, И Еф Джи Лизинг, ДСК Лизинг[61]. Вероятна причина за това е липсата на опит от младите лизингови компании с лизинг на недвижима собственост.

В тази връзка са и нашите очаквания, че с отварянето на икономиката и навлизането на чуждестранни инвеститори, лизингът на недвижима собственост ще

[60] В някои държави като Чехия този процент е 35.
[61] За сравнение БНБ отчита над 70 лизингови дружества.

се популяризира, особено в областта на търговските и промишлени обекти. Редица финансови групи да пренасочват средства от банките към лизинговите си дружества. От една страна, това е свързано с възходящото развитие на този финансова продукт, от друга, заради по-малкото регулации в сравнение с банките и от трета заради липсата на изисквания за минимални задължителни резерви на лизинговите компании. При тези условия очакваме голяма част от ресурса на лизинговите дружества да се насочи към финансиране за придобиване на недвижима собственост.

Във връзка с горното са и други наши очаквания, а именно – наред с чистото финансиране лизинговите компании да започнат да предлагат и допълнителни услуги като управление на проекти, и дори проектиране и строителство на собствен риск. Иновативна е идеята за финансова схема, при която лизинговите компании да участват в специално създадени дружества и чрез тях да финансират изграждането на дадени обекти. Същността на тази идея се крие в спестяването на данъци при прехвърляне собствеността на имота от лизинговата компания към клиента след изтичане на лизинговия период.

Направените в хода на изследването аналитични разсъждения и изводи е логично да бъдат последвани от предложения, които според нас практически биха допринесли за усъвършенстване на цялостната система на лизинговите отношения, свързани с недвижимата собственост.

На първо място, разработка на система от стимули и облекчения за участниците в лизинговите сделки. Това би разширило неговото приложение и би позволило на предприятията от малък и среден тип по-плавно и с по-малки сътресения да излязат от кризата. Лизингът е уникален финансов и инвестиционен инструмент, който стимулира процеса на ръст на доходите в частния сектор и държавата.

На второ място считаме за удачно създаването на регионални консултантски центрове. Удачно би било инициативата по организация на работата на тези центрове да бъде подета от Национално сдружение недвижими имоти съвместно с Българска асоциация за лизинг и финансирана от лизинговите компании. Целите на консултантските центрове могат да бъдат формулирани като:

- популяризиране предимствата на лизинга като форма на финансиране придобиването на недвижима собственост;
- разкриване на спецификите и начините за усъвършенстване на лизинговите операции в областта на финансовото обезпечаване, юридическата защита, счетоводното отчитане и данъчно облагане;
- методическа помощ при разработка на бизнес планове, инвестиционни проекти и др.;
- анализ на причините, препятстващи развитието на лизинга на недвижимата собственост и на тази база за изготвяне на предложения за изменения и допълнения в нормативната материя;
- регулярно провеждане на дискусии, форуми и семинари за всички заинтересовани, на които високо квалифицирани специалисти от водещи компании, притежаващи ноу-хау и дългогодишен опит в сферата на лизинга на недвижима собственост и строителни проекти, да предлагат оптимални решения за финансиране по мярка на предприятие;

- подготвяне и издаване на спомагателни брошури и пособия. Удачни са и платени реклами и разяснителни кампании в специализирани издания и средствата за масово осведомяване.

За да бъдат работещи дадените предложения, следва в дискусията, свързана с развитието на лизинга на недвижима собственост, да бъдат привлечени местната, изпълнителната и законодателна власт, браншовите организации (Национално сдружение недвижими имоти, Камарата на строителите в България, Българска асоциация за лизинг, Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия и др.), научните среди и всички субекти, пряко участващи в реализацията на лизинга на недвижима собственост.

Заключение

Предвид сравнително кратката история на лизинга у нас, изследването на икономическите предпоставки за неговото възникване, състояние и перспективи за развитие следва да се приемат за съвсем навремени.

В рамките на проведеното изследване се разкрива нуждата от прецизиране на някои теоретични въпроси, отнасящи се до съдържанието на процеса на развитие на лизинга като форма на финансиране придобиването на недвижима собственост. В тази посока са изведените специфични особености на лизинга на недвижимата собственост.

Направените предложения и дадени препоръки за повишаване дела на лизинга на недвижима собственост са в резултат от изследване на този пазар у нас и международния опит. Затова считаме, че са приложими и изпълними в прогнозираните от нас срокове.

В заключение може да се обобщи, че развитието на лизинга на недвижима собственост е фактор за икономическата стабилност, създаваща предпоставка за успешната стопанска дейност на субектите в националната икономика. Болшинството предприятия, особено малки и средни, не могат да осъществяват дейността си без необходимата материална основа. В условията на намалени спестявания и неблагоприятно развитие на кредитния пазар, изразяващо се в затруднен достъп до кредитен ресурс (поради повишаване на кредитните стандарти и/или спад в стойността на обезпеченията) и повишаване на лихвените проценти по кредитите, един от инструментите за постигане на тази цел е лизингът. Така развитието на лизинга на недвижима собственост може да се разглежда като обективна необходимост, която способства за обновяване на основните производствени активи на предприятията, освобождава значителни парични средства за организацията на производствения процес и така стимулира инвестиционната активност.

Същевременно е необходимо да се отбележи, че изследователската и практическа дейност, свързана със сложната и актуална проблематика на настоящата разработка, следва да продължава. Да се разработват по-гъвкави схеми за погасяване и нови лизингови продукти, адаптирани към различни клиентски сегменти. Това произтича от факта, че периодите на излизане от икономическа криза обикновено се характеризират със силна динамика на пазарните отношения, на които трябва да се реагира икономически адекватно.

Използвана литература

1. Адамов, В. и др. Финанси. Велико Търново, 1995.
2. Боровская, М. Банковские услуги предприятиям: Учебное пособие. Таганрог, 1999, електронна версия в уеб сайт: http://www.aup.ru/books/m10/5.htm.
3. Бригхем, Ю., Л. Гапенски. Финансовый менеджмент. том 2. Санкт Петербург: Экономическая школа, 2001.
4. Васильев, Н. Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства. Москва, 1999.
5. Вачков, Ст., Ем. Спасова. Корпоративни финанси. Варна, 2006.
6. Велев, М. Икономическа целесъобразност на лизинга. // Икономика, 1994.
7. Генов, Г., Пл. Илиев. Финанси на строителното предприятие. Варна, 2001.
8. Георгиева, М. Що е то лизинг и има ли той почва у нас? // Икономика, април, 1994.
9. Горемыкин, В. Лизинг. Практическое учебно-справочное пособие. Москва, 1997.
10. Горемыкин, В. Лизинг. Москва, 2006.
11. Горемыкин, В. Фиансовы менеджемент. №2, Москва, 2003.
12. Гроздева, В. Използване на лизинга като инвестиционна алтернатива в преходната икономика. // Икономическа мисъл, № 3, 1994.
13. Желев, Ив. Управление на инвестиционния процес. Варна, 2001.
14. Забавский, Г. Экономическое регулирование международного лизинга в Республике Беларусь. Минск, 2002.
15. Иванов, К. Лизингът – същност, характерни особености, видове и форми, счетоводно отчитане и данъчно третиране. София, 2000.
16. Икономическа енциклопедия. София, 2005.
17. Икономически речник. // http://www.econ.bg/dictionary/term1088.html.
18. Конвенция УНИДРУА. // http//www.unidroit.org/English/conventions/
19. Лелецкий, Д. Что такое лизинг? // http/unlease.ru/prologue/what_is_leasing
20. Лелецкий, Д. Об икономической сущности лизинга. // http/www.unlease.ru/publicasions
21. Лещенко, М. Основы лизинга. Москва, 2000.
22. Лопатников, Л. Краткий экономико-математический справочник. Москва, 1987.
23. Маринова, Р. Лизингът. София, 1997.
24. Народно събрание на РБ. Търговско-правна уредба на договора за лизинг в законодателството в основни европейски страни и САЩ. София, 2005.
25. Национален план за икономическо развитие на Република България за периода 2000–2006 г.
26. Национален план за икономическо развитие на Република България за периода 2007–2013 г.
27. НСИ. Текуща стопанска конюнктура.
28. Николова, Н. Корпоративни финанси. София, 2007.
29. Петров, Г., Е. Райков. Корпоративни финанси. София, 2006.
30. Речник на банковите термини. // http://www.kazana.ru/userful.
31. Световен речник по финанси. Бургас, 1991.

32. Световен речник по право том V. Бургас, 1993.
33. Смирнов, А. Лизинговые операции. Москва, 1995.
34. Имотът, № 32, 2008.
35. Стоянов, С. Развитие на недвижимата собственост в България. // Годишник на ИУ – Варна, том 77, 2008.
36. Хойер, В. Как делать бизнес в Европе. Москва, 1990.
37. Чапаров, Б. Субекти на лизинговите сделки. Сборник доклади от научна конференция с международно участие „Икономика, инвестиции, Европейски съюз", Варна 2009.
38. Чапаров, Б. Начини за минимизиране на видовете риск при лизингови операции. Сборник доклади от научна конференция с международно участие „Строително предприемачество и недвижима собственост", Варна, 2009.
39. Blake, K. Tips for Surviving the Leasing Jungle. Consumers Research, 1996.
40. Brealy, R., S. Myers. Principles of Corporate Finance. Irwin: McGraw Hill Publishing Company, 2003.
41. Eskeldson Mark, Leasing Lessons for Smart Shoppers. Technews Corporation, 2002.
42. Fisher, A. United States Market review. In the „World Leasing Yearbook 2001". London: Euromoney publication, 2001.
43. Hope, B. Corporate appropriation of treasury revenues under safe harbor leasing. JEI, J. of econ. iss. Lincoln, Neb., 1992.
44. Leasing Finance/Edited by Tom Dark. London: Euromoney Books. 1990.
45. Lessons of experience series: leasing in emerging markets. The World Bank, Washington, D.C., 1996.
46. Walker, Ph., R. Pereira. Commercial Finance and Leasing Company – 1999 Review. Fitch IBCA's, 2000.
47. The Leasing Cycle – Examining Overseas Opportunities. Sudhir P. Amembal, The International Leasing Encyclopedia, 1998.
48. Закон за данък върху добавената стойност. //ДВ, № 63, 2006, посл. изм. ДВ, № 77, 2011.
49. Закон за задълженията и договорите. //ДВ, № 2, 1950, посл. изм. ДВ, № 50, 2008.
50. Закон за корпоративното подоходно облагане. //ДВ, № 105, 2006, посл. изм. ДВ, № 77, 2011.
51. Закон за кредитните институции. //ДВ, № 59, 2006, посл. изм. ДВ, № 77, 2011.
52. Закон за малките и средни предприятия. //ДВ, № 84, 1999, посл. изм. ДВ, № 59, 2006.
53. Закон за мерките срещу изпирането на пари. //ДВ, № 85, 1998, посл. изм. ДВ, № 57, 2011.
54. Закон за мерките срещу финансиране на тероризма. //ДВ, № 16, 2003, посл. изм. ДВ, № 57, 2011.
55. Закон за обществените поръчки. //ДВ, № 28, 2004, посл. изм. ДВ, № 73, 2011.
56. Закон за особените залози. //ДВ, № 110, 1996, посл. изм. ДВ, № 24, 2009.
57. Закон за счетоводството. //ДВ, № 98, 2001, посл. изм. ДВ, № 34, 2011.
58. Закон за чуждестранните инвестиции. //ДВ, № 97, 1997, посл. изм. ДВ, № 69, 2008.

59. Търговски закон. //ДВ, № 48, 1991, посл. изм. ДВ, № 34, 2011.
60. Наредба № 27 за статистиката на платежния баланс. //ДВ, № 69, 2003, изм. и доп. ДВ, № 102, 2009.
61. Правилник за устройството и дейността на Централния регистър за особените залози към Министерството на правосъдието. //ДВ, № 27, 1997, посл. изм. ДВ, № 31, 2001.
62. Международен счетоводен стандарт №17.
63. http://lex.bg/
64. http://www.bnb.bg/
65. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/
66. http://www.expert.bg/
67. http://www.it-leasing.ru/
68. http://www.ksb.bg/
69. http://www.leasing-bulgaria.org
70. http://www.leasingnews.org/
71. http://www.legifrance.org
72. http://www.nsi.bg
73. http://www.stroitelstvo.info/
74. http://www.portal.government.bg
75. http://www.unav.es/english/
76. http//www.unidroit.org
77. http/www.unlease.ru
78. http://bg.wikipedia.org/

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ISSUES OF THE LEASE OF REAL ESTATE AND POSSIBILITIES FOR ITS DEVELOPMENT IN BULGARIA

Chief Assist. Prof. Dr Bozhidar Chaparov

Abstract

Under conditions of financial crisis with the lack and shortage of own funds and overstated credit standards it is necessary to seek and use alternative forms of financing the acquisition of real property.

In this connection the study presents an analytical inquiry into the main theoretical aspects connected with the lease of real estate. As a result of this, following a critical analysis there is defined the concept of “lease of real estate” and is made a ranking characterization of its types.

After the study of the quality characteristics and advantages of the lease of real estate, in Chapter two there is also given its development for the period 2005-2010. As a result there have been outlined principal trends and guidelines for the development of this kind of leasing in Bulgaria.

THEORETISCH-METHODOLOGISCHE PROBLEME DES IMMOBILIEN-LEASINGS UND DIE MÖGLICHKEITEN FÜR SEINE ENTWICKLUNG IN BULGARIEN

Hauptass. Bozhidar Chaparov

Zusammenfassung

Unter den Bedingungen der Finanzkrise, bei fehlenden oder nicht ausreichenden vorhandenen Mitteln und zu hohen Kreditstandards kommen alternative Formen zur Finanzierung des Immobilienkaufs zum Vorschein.

In diesem Zusammenhang werden in der Studie grundlegende theoretische Aspekte untersucht, die mit Immobilien-Leasing verbunden sind. Als Ergebnis wird nach einer kritischen Analyse der Begriff "Immobilien-Leasing" definiert und eine Klassifikationscharakteristik seiner vorhandenen Erscheinungsformen dargeboten.

Nachdem qualitative Merkmale und Vorteile des Immobilien-Leasings untersucht werden, wird weiter im zweiten Kapitel dessen Entwicklung im Zeitraum 2005-2010 verfolgt. Als Ergebnis werden grundlegende Tendenzen und Trends der Entwicklung dieser Art von Leasing in Bulgarien dargestellt.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИЗИНГА НЕДВИЖИМОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В БОЛГАРИИ

Гл. асс. д-р Божидар Чапаров

Резюме

В условиях финансового кризиса, отсутствия или нехватки собственных средств и повышенных кредитных стандартов приходится искать и использовать альтернативные формы финансирования приобретения недвижимости.

В этой связи в разработке проведено аналитическое исследование основных теоретических аспектов, связанных с лизингом недвижимости. В результате этого после критического анализа определено понятие „лизинг недвижимости" и сделана классификационная характеристика его видов.

Вслед за исследованием качественных характеристик и преимуществ лизинга недвижимости во второй главе рассматривается также его развитие за период 2005 – 2010 г. В итоге намечены основные тенденции и направления развития этого вида лизинга в Болгарии.

С ъ д ъ р ж а н и е

УДК – 009
Econ Lit – A130

ПОЛИТИКА И МОРАЛ

Доц. д-р Стоянка Георгиева

Рецензенти: проф. д-р ик. н. Димитър Радилов
доц. д-р Благо Благоев

Въведение

Ситуацията, в която се оказва човечеството в началото на XXI век, провокира сериозни опасения относно неговото бъдеще. Сред предизвикващите най-голямо безпокойство негативни последици на съвременния начин на живот е „изчезването" на моралността, като основа на човешките взаимоотношения. Моралният проблем днес се изразява преди всичко в безразличното отношение на човека към самия себе си и към нарастващата деструктивност, безнаказано властваща при липсата на адекватни морални санкции. Важна роля в процеса на търсене на нови ценностни основания за решаване на посочените проблеми има обръщането към философската традиция, защото философията придобива смисъл само когато се докосва до значими и актуални проблеми. Когато е изправена пред предизвикателствата на промените, философията става по-радикална дори от социалното и политическото мислене. Днес принципите на модерната западна демокрация получават ново метазначение, поставящо под въпрос установените граници между метафизика и политическа философия[1]. Затова политическата философия се превръща в един от най-важните и най-бурно развиващите се дялове на съвременната философия. Политическата философия все по-категорично започва да се мисли не само като сфера на приложение на някои общи философски принципи, но и като сфера за проверка и разбиране на основополагащите принципи на самата философия. Философските абстракции могат най-ефективно да бъдат приближени до хората чрез „посредничеството на моралната и политическата мисъл, която влиза в отношение както с най-абстрактната метафизика, така и с ежедневния живот"[2].

Авторът на студията приема, че **тезата** за иманентната връзка между проблемите на политическата и моралната философия е приемлива и принципно дока-

---

[1] Знеполски, И. Пол Рикьор: война и (или) мир в Републиката на философите и на хората. // Пол Рикьор. Философията пред предизвикателствата на промените. София 1998, с. 20.

[2] Идеята на Цветан Тодоров („Ние и другите") е цитирана по: Денкова, Л. Етика. София: НБУ, 2003, с. 74.

зуема. В основите на формирането на политическата система стои както необходимостта от създаването на ред в социалния свят на човека, така и потребността от установяване на справедливост в организацията на човешките отношения. Оказва се, че идеята за политическите институции е неотделима от идеята за справедливостта. Когато хората осъзнаят своята зависимост от политиката, започват да полагат усилия за нейното регламентиране, а когато осъзнаят зависимостта на политиката от самите тях, се концентрират върху необходимостта от нейното легитимиране. Поставянето на проблема за отношението между властта и морала в политиката съхранява „гледната точка на субекта", който при определени обстоятелства доброволно, изхождайки от своята индивидуална рефлексия, поема върху себе си дълга да извършва определени действия.

Оказва се, че политиката не е само технология за вземане на решения. Тя се основава на вярата на човека, че с помощта на „Другия" човек животът може да бъде направен по-добър. Така политиката се оказва пресечна точка на надеждите и разочарованията във взаимоотношенията между хората, което определено е морален проблем. Политическото действие винаги има своите основания в теорията, а политиката като човешка дейност неизбежно предполага разграничаване на „публично" и „частно" благо.

Обект на изследване са основните типове класически и съвременни политико-философски концепции, интерпретиращи отношението между политиката и морала.

Предмет на изследването е възможността за разкриване на начина, по който всеки човек може да се окаже способен да извършва морално ориентирани политически действия и отговор на въпроса какво могат да дадат на политиката подобни действия.

Целта на настоящата студия е да анализира отношенията между политиката и морала с оглед представяне на справедливостта като проблем на политическата философия.

Поради пределно широкия диапазон на темата, авторът намира за целесъобразно да се концентрира върху влиянието, което моралът оказва върху дейността на субектите в политиката. С оглед успешното реализиране на поставената цел се открояват следните основни теоретични **задачи**:

- Анализ на философския дискурс за политиката и морала като условие за осмисляне на понятията за общото благо и социалната справедливост на равнището на политическите действия.
- Аргументиране на тезата за справедливостта като значим проблем на политическата философия (с акцент върху развитието на идеята за справедливостта през втората половина на XX и началото на XXI век).

Анализът на отношенията между политиката и морала повишава своята актуалност при осъзнаване на необходимостта от промяна в социалната реалност, затова в него трябва да се отдава приоритетно значение не на обяснението, а на разбирането. В политическата сфера „херменевтичният кръг" (Ханс-Георг Гадамер) може да се представи чрез дихотомията „**политически интереси – политически ценности**". В областта на **политическата херменевтика** непрекъснато се извършва движение от политическите интереси (които са на повърхността и могат да

бъдат обяснени) към ценностите на културната традиция, към картината на света на политическото в нейната системност и специфика. Когато политиката съумява да се издигне до високото равнище на диалога на културите и традициите, разширявайки сферата на общите културни взаимодействия, може да се говори за формиране на хуманитарното политическо мислене, което е способно да направи политическото пространство наистина единно. Както уточнява **Ханс-Георг Гадамер** (1911–2002), науките за духа трябва да използват тези възможности за разбиране на социалните феномени, които се намират отвъд пределите на науката: опита на философията, опита на изкуството и опита на самата история.

Теоретическа и методологическа основа на изследването е идеята на **Гейбриъл Алмънд** (1911–2002) за връзката между политическата ориентация на гражданите и особеностите на политическата система. Алмънд разграничава две равнища на изследване на политическата система: **институционално** и **ориентационно**. Ако първото равнище е ангажирано с изследване на институционалната структура на политическата система, то второто равнище изследва особените форми на ориентация на човека към политическото действие, включващи познавателни, емоционални и ценностни аспекти (т.е. политическата култура). Политико-културният подход се използва като ефективно средство за разкриване на „**човешкото измерение**" и духовното начало на политиката, които възстановяват ролята и значението на човешката личност като главен субект на социалнополитическия процес. Интердисциплинарният характер на този подход създава възможности за разкриване на социокултурното измерение на политиката.

Първа глава. Философският дискурс за политиката и морала

Анализът на философския дискурс за политиката и морала може да се развие в следните направления:

- Разкриване на духовното начало и човешкото измерение на политиката, както и на трудностите, които възникват при опитите за практическо съчетаване на политиката и морала на равнището на конкретното политическо действие.
- Предлагане на основни подходи за анализ на отношенията между политиката и морала в контекста на дефинирането на политиката като „работа за общото благо", като област на противоборство на групови интереси, освободена от нравствеността, или като дейност, чрез която различните ценности и поведения в границите на една общност могат да бъдат съгласувани.
- Обсъждане на проблемите на нравствеността като специфично човешко отношение към света.

1. „Човешкото измерение" на политиката

В политическата теория на съвременността все по-отчетливо се налага тезата, че „изходна предпоставка на собствено политическия анализ трябва да бъдат самите хора"[3]. Оказва се, че политико-философският дискурс за характера на от-

[3] Найденов Н. Публика и политика: въведение в политическата антропология на модерността. София: Св. Климент Охридски, 2008, с. 126.

ношенията между политиката и морала, както и за съществуването на морал в политиката, предполага наличието на определена **политическа антропология**. Произведенията на Фридрих Ницше, Николай Бердяев, Хана Аренд, Мартин Хайдегер, Юрген Хабермас, Еманюел Левинас, Мишел Фуко, Пол Рикьор и много други аргументират възможността за съществуване на политико-антропологически концепции. Човекът, който определя собствената си специфика главно чрез своите способности за изява в сферите на морала и политиката, може да достигне тяхната най-пълна реализация само в условията на политическото съществуване, т.е. в условията на общественото състояние[4]. Както отбелязва **Хана Аренд** (1906–1975) политическото започва с „Ние", следователно рефлексията върху политическото „Аз" представлява условие, предшестващо превръщането на морала в реален и ефективен елемент на политическото действие.

В политиката „човешкото измерение" не може да се пренебрегва, защото централно място в нея заема именно човекът. А когато става въпрос за разбиране и тълкуване на човека и човешките цели, непременно трябва да присъства и ценностното начало. В този смисъл политиката и науката за нея са пронизани от морално-етическата проблематика. Политиката е резултат от дейността на човека именно като морално същество, защото в реалната действителност политическото действие се разгръща в полето на напрежение между властта и морала[5].

Във философията моралът обикновено се разглежда като система от принципи на мисленето и поведението, които се налагат на индивидуалното или колективното съзнание с оглед на доброто. Това позволява на хората да установят някакъв ред и да осигурят запазването на обществото в стабилно състояние, както и да гарантират условията за неговото бъдещо развитие. Моралът предписва поведение, което радикално се отличава от начина, по който хората масово постъпват. Моралното поведение се отъждествява с правилното, доброто, справедливото, достойното за човека и затова достойно за избора на човека. Следователно въпросът за „смисъла на политиката може да си зададе само този, който вече се е запитал за смисъла на човешкото действие, дори за смисъла на живота – с други думи този, който вече се е пренесъл в областта на морала"[6].

Според **Макс Вебер (**1864–1920**)** политиката се базира на властта (т.е. на „силата" да се управлява) и използва като средство държавата и нейните закони. А държавата, според него, е онова обединение, което претендира за монопол върху легитимното насилие и върши своята работа делово, „без оглед на човека", „без омраза и затова без обич". Тя е деперсонализирана в максимална степен, което обяснява защо етиката, акцентираща върху личността и нейната уникалност, упражнява почти незначително влияние върху държавата. Вебер уточнява, че който търси „благото на своята душа и спасението на душите на другите", не трябва да търси „по пътя на политиката"[7]. Тя има съвсем други задачи, които обикновено се

---

[4] Рикер, П. Герменевтика. Этика. Политика. Московские лекции и интервью. Москва, 1995, с. 39.

[5] Баллестрем, К. Власть и мораль (основная проблема политической этики). // Философские науки, № 8, 1991.

[6] Вейл, Е. Политическа философия. София: Критика и хуманизъм, 2005, с. 9.

[7] Вебер, М. Ученият и политикът. София, 1993, с. 101.

решават със сила. Все пак не бива да се забравя, че държавата е само ядро на политиката, определяна от Вебер и като „призвание”. А призванието до голяма степен е свойство именно на моралното съзнание. От морална гледна точка, професионалната пригодност на политиците[8] се основава на наличието на чувство и съзнание за **социалната отговорност** за своите думи и дела. Отново Вебер характеризира властта като способност да се налага собствената воля независимо от съпротивата на другата страна, или като своеобразна „асиметрия на свободата”. Свободата, от своя страна, е вече етическо понятие, което е по-широко от правно регламентираните или записаните в закона „свободи” – правата на човека. Ако политиката се стреми да се докосне до по-широкия спектър на свободата, тя неизбежно се докосва и до моралното мислене на хората. Освен държавата, политиката използва като средства всички налични морални отношения и изразяващите ги институции, включително общественото мнение. Следователно взаимоотношенията между морала и политиката са неизбежни, както са неизбежни взаимоотношенията между свободата и властта.

Всяко политическо действие е насочено или към съхраняване, или към изменение на съществуващия социален ред. Същевременно съхраняването е и стремеж за предотвратяване на изменението към „по-лошо”, а желанието за промяна обикновено се мотивира от опита за осъществяване на нещо „по-добро”. Това означава, че в основата на всяко политическо действие стои идеята за доброто или за благото[9].

Отношението между политика и морал традиционно се свежда до необходимостта от изясняване на обстоятелството, доколко към сферата на политическата дейност са приложими критериите на морала. Произходът на морала и политиката има единен източник, а именно противоречието между индивидуалността и уникалността на човека, от една страна, и невъзможността той да бъде човек без другите хора – от друга. По този начин главните **социални функции** на морала и политиката съвпадат. Както политиката, така и моралът имат основания да претендират, че защитават **общото благо** и **социалната справедливост**. Поради известната дистанцираност на политиката от изпълнението на тези хуманни цели, нейното възникване се разглежда като следствие от регулативната недостатъчност на морала. Това обяснява защо древните мислители разглеждат науката за политиката като част от етиката, а разделянето на политиката от морала, както и на съответните учения за тях, се осъществява за пръв път от Николо Макиавели през епохата на Ренесанса.

Независимо от елементите на общност, между политиката и морала съществуват и принципни различия. Сред най-значимите от тях е пределната **конфликтност** на политиката, тъй като тя е призвана да разрешава социални противоречия. Изискванията на политиката са конкретни и обикновено съществуват във формата на закони, чието нарушаване води до реални последствия. Това ги отличава от моралните предписания с абстрактно-нормативен характер. Моралът е характеристика главно на всекидневните индивидуални отношения между хората, при които развитието на конфликтите обикновено не достига мащабите на политическото противопоставяне.

---

[8] Вебер, М. Цит. съч., 1993, с. 88.

[9] Штраус, Л. Введение в политическую философию. Москва, 2000, с. 9.

Политиката е насочена навън и е ориентирана към постигането на конкретни цели и социални резултати, За разлика от политиката моралът оценява субективното, вътрешното преживяване на човешките действия и акцентира върху техните мотиви, средства и цели, независимо дали са постигнати или не. Това поражда съмнения дали логиката на индивидуалния, частен морал е адекватна форма за регулация на политиката, или тя изисква специфичен политически морал. Сред най-важните отличителни особености на политиката е използването на принудителни санкции за неизпълнение на изискванията на властта. И ако спецификата на политиката може да бъде изведена от тезата на М. Вебер за използването на **легитимно насилие**, то моралът по принцип осъжда насилието и се основава главно на „санкциите" на **съвестта**. Именно легитимното насилие като „специфично средство в ръцете на човешките обединения е ... това, което обуславя особения характер на всички етични проблеми на политиката"[10]. Налага се изводът, че Вебер не противопоставя категорично морала и политиката. Както много други философи и религиозни мислители преди него, той се опитва да намери решение на въпроса: „Къде стои политиката по отношение на етиката?"[11].

Изводите, прогнозите и прескриптивните моменти на всеки политически анализ са в непосредствена зависимост от начина, по който се дефинира политиката. Процесите, които протичат в една политическа общност, не могат да бъдат анализирани пълноценно, ако преди това не бъде „конструирано" онова понятие за политическото, което нейните членове или по-голямата част от тях споделят[12].

2. Основни подходи за анализ на отношението между политиката и морала

Съществуват различни подходи за анализ на сложните взаимоотношения между политиката и морала: *1)* морализаторският (или нормативният) подход разглежда политиката като работа за общото благо; *2)* инструментално-рационалистичният подход обявява политиката и морала за автономни сфери; *3)* компромисният подход акцентира върху спецификата на решаването на моралните проблеми в политиката.

Исторически първият от тях е **морализаторският подход**. Когато този подход е представен в крайната му форма на „морален абсолютизъм", той се свежда до изискването: да не се нарушават основните нравствени принципи при никакви обстоятелства, а политиката да се ръководи единствено от високо нравствени цели. В основата му стои разбирането за политиката като „изкуството на справедливото управление" или като „работа за общото благо"[13].

В античното общество въпросът за съвместимостта на политиката и морала не провокира съмнения, но се решава по специфичен начин от различните автори. Приема се, че първият античен политически философ[14] е **Сократ** (469–399 пр.н.е.).

---

[10] Вебер, М. Ученият и политикът. София, 1993, с. 99–100.
[11] Вебер, М. Ученият и политикът. София, 1993, с. 9.
[12] Вж. Малинов, С. Що е политика? // Малинов, С. Консервативни опити. София: Св. Климент Охридски, 2010, с. 13.
[13] Малинов, С. Що е политика? // Малинов, С. Консервативни опити. София: Св. Климент Охридски, 2010, с. 22.
[14] Штраус, Л. Введение в политическую философию. Москва, 2000, с. 198.

Неговите идеи[15] полагат основите на древногръцката политическа мисъл и се разглеждат като условие за нейното развитие и „върхови постижения”, каквито са политическата философия на Платон и политическата теория на Аристотел.

Според спомените на Ксенофонт, Сократ изследва проблемите за това кое е „благочестиво” и кое е неблагочестиво, кое е справедливо и кое е несправедливо, както и какво представлява управлението на съвместния живот на хората и кой е способен да управлява държавата. Безусловната преданост на гражданина на своя полис и на неговите закони представлява основополагащ момент за цялостната политико-правна ориентация на Сократ, който търси нравствените основания на законите. При него моралът и правото се сливат в неразделно цяло, утвърждава се принципът за съвпадение на законното и справедливото, възхваляват се законността и разумността на утвърдените в полиса традиции. Сократ вярва, че само в условията на разумно и справедливо изградения полис е възможна свободата, като прекрасно и велико постижение както на отделния човек, така и на общността от хора. За пръв път в теорията на европейската политическа мисъл той формулира концепцията за „договорния” характер на отношенията между държавата и гражданите. Приемането на принадлежността към държавата е доброволно, затова, оставайки в даден полис в качеството на негови граждани, хората същевременно поемат ангажимент да изпълняват всички разпоредби на неговите институции[16]. За Сократ властването не е свързано с удоволствие. Затова ценността на човека се търси не в способността за упражняване на насилие в името на съхраняване на властта, а в неговото разбиране за благото на полиса, в притежаването на политически добродетели. Единствено мъдрият политик успява да постигне благополучие за цялата държава, но това изисква съответното възпитание и обучение. Провокирайки своите ученици към нравствено самоусъвършенстване, Сократ уточнява, че в това се изразява и неговото лично участие в делата на държавата, защото така осигурява колкото е възможно повече хора, способни да се занимават с държавните дела и да защитават моралните основи на гражданското устройство на обществото.

Сократ се обявява срещу деформацията на демокрацията на своя полис, която започва да пренебрегва моралните устои на правните норми[17]. Това е времето, когато (по израза на Платон) човек трябва да се пази от завистта на живите и да се страхува от „гнева на мъртвите”. Това време изисква промени във всички сфери на обществения живот. Много преди съвременниците си Сократ схваща тази необходимост и издига идеала за класическия полис, управляван от „справедливи закони”.

В диалога „Държавата” **Платон** (427–347 пр.н.е.) изразява своята увереност, че единственият начин да се постигне политическа справедливост е да се даде абсолютна власт на абсолютно мъдрите и справедливите. Целта на „идеалната

---

[15] Определят Сократ като „магьосник на живото слово”. Той не е автор на философски трактати, защото е бил убеден, че живото слово „се умъртвява” в писаната реч (Вж. Радев, Р. Антична философия. Стара Загора, 1994, с. 282). Но дори само фактът, че фигурата на Сократ е основно действащо лице в диалозите на Платон, „оправдава” разглеждането на неговата концепция за политиката и морала.

[16] Вж. Нерсесянц, В. Сократ. Москва, 1977, с. 53–54.

[17] Радев, Р. Антична философия. Ст. Загора, 1994, с. 288.

държава”, в чиято основа трябва да стоят мъдростта, справедливостта и хармонията (красотата-б.а.), е да направи щастливи всички свои граждани. Според Платон „цялото” може да бъде създадено красиво само когато на всяка отделна част бъде придадено това, което изразява нейната същност[18]. В теоретичен план концепцията на Платон за политическата справедливост е обусловена от неговите космологически и антропологически схващания. Той нарича справедливост хармонията на трите начала в човешката душа и проектира разбирането си за етическата справедливост върху устройството на държавата (политическата справедливост). Неговата „идеална държава” е йерархично общество, в което е установена хармония между трите основни съсловия и трите основни функции на държавата. Така въпросът за справедливостта получава единствено и окончателно решение по модела на вечен и неизменен образец.

С морализаторския подход се свързва тезата на **Аристотел (**384–322 пр.н.е.**)**, че благо за отделния човек е това, което е благо и за държавата. Така моралът и политиката по същество се отъждествяват и се превръщат в проблеми на една наука, защото предполагат изследване на общ обект – човека, неговото поведение в общността и проявата на човешката му същност чрез властта. Според Аристотел доброто и щастието на индивида са свързани с благополучието и справедливостта на полиса, тъй като обществото-държава реализира същността на човека. Той разглежда политиката като висша сфера на човешкото битие, доколкото само чрез нея във взаимоотношенията между хората се установява справедливост и се постига благо за всеки. Затова справедливостта има място само в политическия живот.

Обикновено спецификата на политическите схващания на Аристотел се търси в популярните му съчинения „Политика” и „Атинската полития”. Съществуват обаче и твърдения, че предварително условие за разбиране на политическата философия на Аристотел е осмислянето на неговата „Никомахова етика”. Философско-теоретичен фундамент на политическата му концепция е етиката, а трактатът „Политика” представлява по-скоро изложение на по-приложни проблеми, които са следствие от етическото философстване[19]. В основата на практическата етико-политическа философия на Аристотел стои неговата идея за щастието като цел на добрия живот на гражданина. Щастието се постига благодарение на добродетелите, особено чрез най-важната от тях – справедливостта.

Можем да обобщим, че решаването на проблема за справедливостта в гръцката политическа философия се базира на следните основни моменти:

- Справедливостта се интерпретира като изискване всеки член на общността да се занимава само със заложеното в природата му.
- Идеята за „най-доброто” устройство на обществото предполага установяване на устойчив социалнополитически баланс, в чиито граници се търси всеобща удовлетвореност.
- Идеята за абсолютния характер на равенството между хората се заменя от идеята за относителното равенство, най-добре изразена от Аристотеловия принцип да се отдава всекиму своето – на равните равно, а на неравните неравно.

[18] Платон. Държавата. София: Наука и изкуство, 1981, с. 139.
[19] Kraut, R. Aristotle. Political Philosophy. Oxford, 2002.

- Добродетелта и разумът (както и богатството) според античната традиция се взаимно свързани, затова съществува устойчив консенсус какво трябва да се разбира под „най-добрите” и на кого трябва да бъде поверена политическата власт[20].
- „Благото” се интерпретира в практически план като благоденствие за цялото общество, от което произтича разбирането за политиката като изкуство и постоянен стремеж към равновесие. Това от своя страна обяснява предпочитанията към „смесената” форма на управление.

Неправилно е да се твърди, че този подход е присъщ само на класическото антично мислне. Практически той доминира в сферата на мисленето за обществото до епохата на Новото време. Неговите привърженици подчиняват политическите действия на нравствените принципи и норми, което позволява подходът да бъде наричан също и „**нормативен**”. Нормативният подход предполага разглеждане на политиката на основата на идеалите, ценностите и целите, които тя трябва да реализира. Тази нормативна трактовка представя политиката като дейност, насочена към постигане на общото благо и включваща ценности като справедливост, свобода, солидарност и други.

Английският философ **Джон Лок** (1632–1704) подчинява политическата власт на „публичното благо” и ограничава дейността на държавата до грижата за общото благо[21]. Държавното управление трябва да бъде контролирано от гражданското общество, което според Лок стои по-високо от държавата. Той признава абсолютна ценност на свободната личност и оценява ефективността на държавното управление съобразно това, доколко последователно и ефективно то изразява интересите на личността. Изследването му „Два трактата за управлението” е класически текст в историята на политическата философия на либерализма, независимо от факта, че Джон Лок не признава авторството на своята творба[22].

В границите на това, което **Хегел** (1770–1831) нарича „прекрасна нравственост”, се формира както науката за политиката, като знание за по-важното и по-пълното благо на цялото (държавата), така и етиката, като знание за благото на отделния човек. Анализът на връзката между частния и общия интерес (връзката между гражданското общество и държавата) като основа на политиката е сред най-значимите приноси на Хегел. Без да отрича ролята на насилието и принудата в процеса на възникването и функционирането на държавата, той свързва определящото начало в нея с „духа на народа – нравите, законите”[23]. Макар философската идея за държавата като въплъщение на свободата и разума да не намира окончателно потвърждение, Хегел е убеден в неизбежността на прогреса по посока на идеала и на способността на държавата да дава справедливост на гражданите си индивидуално.

---

[20] Штраус, Л. О класической политической философии. // Штраус, Л. Введение в политическую философию. Москва, 2000, с. 58.

[21] Лок, Дж. Два трактата за управлението. София: ГАЛ-ИКО, 1996, с. 196.

[22] Вж. Малинов, С. Джон Лок и анонимността на Два трактата за управлението. // Малинов, С. Консервативни опити. София: Св. Климент Охридски, 2010, с. 116–127.

[23] Гегель, Г. Энциклопедия философских наук. Москва, т. 3, 1977, с. 243.

Подобно отъждествяване на политика и морал може да се открие както в позицията на **Джереми Бентам (**1748–1832**)**, така и в тази на **Едмънд Бърк** (1729–1797), независимо че се основават на съвсем различни методологични предпоставки. От позициите на философския радикализъм и **утилитаризма** Бентам[24] осъществява промяна в механизмите за създаване и възприемане на политическите идеи. Произведенията му съдържат оригинални философски трактовки на понятия като свобода, равенство, права, задължения и суверенитет. Бентам анализира условията за създаване на „открито" управление и начините за намаляване на корупцията сред държавните служители, без това да ги лиши от властта, която е необходима за изпълняване на служебните им задължения. Едмънд Бърк е теоретик на консерватизма, популярен и като реформатор. Според него целта на реформите трябва да се ограничава до премахване на явното „настоящо" зло, без да се стига до изкуствено налагане на стандарти. Той развива идеята на Платон, че целта на държавата е общото благо и всеобщото щастие, а основните политически добродетели са благоразумието и умереността. Единството между религия, морал и политика винаги присъства в мисленето на Бърк. Религията е извор на нравите, а политиката трябва непрекъсната да се стреми да бъде в хармония с принципите на морала[25].

Идеите на привържениците на морализаторския подход формират схващането за **телеологичния характер на политиката**. Според Аристотел политическата същност на човека обвързва съществуването на отделния човек с това на другите в обща за всички върховна или крайна цел. Тази цел не може да бъде подчинена на нищо друго, освен на общото благо. Така политиката се определя като **сложно изкуство и висша дейност**[26], която се занимава с реда на нещата в живота на хората, с реда на действията в техния стремеж за постигане на общото благо, което съответства на същността на човека.

Морализаторският или нормативният подход към политиката, разбира се освободен от крайности, може да бъде отнесен към идеологията на **християндемокрацията** – едно от най-влиятелните политически направления в съвременния свят.

Според втория подход моралът и политиката са две области от социалната реалност, които нямат нищо общо една с друга, които са напълно **автономни** и никоя от тях не трябва да се намесва в компетенциите на другата. Моралът е сфера на гражданското общество и личната отговорност. Политиката е област на противоборство на групови интереси, свободна от нравственост. Този подход е вдъхновен от разбирането за политиката като „борба за власт" или като „процес на налагането на частен интерес като всеобщ"[27]. Разбира се, крайното противопоставяне на политика и морал е възможно само при условие, че завоалираното лицемерие и средствата за измама в процеса на функциониране на властта не се представят като морал.

---

[24] Енциклопедия на политическата мисъл – Блекуел. Справочник. Център за изследване на демокрацията. София, 1997, с. 43.

[25] Вж. Малинов, С. Що е консерватизъм? // Малинов, С. Консервативни опити. София: Св. Климент Охридски, 2010, с. 40–45.

[26] Castoriadis, C. Philosophy, Politics, Autonomy. Oxford University Press, 1991, p. 61.

[27] Малинов, С. Що е политика? // Малинов, С. Консервативни опити. София: Св. Климент Охридски, 2010, с. 14.

За основоположник на този подход обикновено се обявява[28] **Николо Макиавели** (1469–1527), който освобождава изследването на политиката от религиозна и етическа зависимост. Той поставя в центъра на политическия анализ проблема за ефективността на политиката, за начините и средствата за постигане на нейните цели. В неговата знаменита творба „Владетелят" още през XVI век се поставя началото на съвременната теория за политиката и се въвежда **двойния морален стандарт** в нея. Въпреки обвиненията в аморализъм обаче, възгледите на Макиавели трябва да се характеризират и в понятията на морала, тъй като самият той формира и защитава своя концепция за морала, колкото и оспорвана да е тя. Политическата технология на Макиавели не е напълно „свободна от ценности", защото в своята трактовка на политиката той не е безразличен към въздействието на морала и религията върху масите, а оттам и върху социалния и политическия живот. Независимо от допущането на използване на неморални средства от управниците за постигане на поставените цели, Макиавели не се съмнява, че **моралната корупция** прави доброто управление невъзможно. Освен това той запазва морала като регулатор на частния живот на политиците и като благородна цел, оправдаваща безнравствените начини за постигане на ефективност в управлението.

Изводът на автора на студията е, че Николо Макиавели е един от първите мислители, които разработват концепция за съществуването на „особен вид морал" в политиката[29]. Той действително подчертава неприложимостта на етическите критерии в анализите на властта и политиката. Но прецизният прочит на неговото творчество показва, че той по-скоро акцентира върху необходимостта от разграничаване на **прагматичната** и **етическата** страна във властовите отношения. Според него политиката изисква „особен морал", тъй като в нея действат правила, нетъждествени с нормите, които регулират частната сфера. Изключителният му принос в решаването на проблема за отношенията между политиката и морала не се състои в изключването на моралните критерии от анализа на политическите отношения, а в отказа от тяхната абсолютизация. Не бива да се забравя, че преди Макиавели политиката и властта се разглеждат като сфери или на морално съвършенство, или на деградация. Без съмнение благодарение на великия ренесансов мислител, въпросът за етическото измерение на политиката придобива ясно изразена и структурирана форма.

По-късно историческата практика постоянно актуализира проблемите, поставени от Макиавели. Във философията на **Томас Хобс** (1588–1679) макевиалис-

---

[28] Всъщност класическата формулировка на тази позиция може да бъде открита още в диалога на Платон „Държавата", където Тразимах поддържа тезата, че когато създава закони, полезни за себе си, властта ги обявява за справедливи. Оказва се, че справедливостта е полезното за по-силния, както и изгодното за властимащите.

[29] Моралът като вътрешно убеждение на субекта се формира в резултат на саморефлексия и като сфера на изключително личната отговорност. За разлика от него т.нар. „политически морал" акцентира върху моралните „изисквания към другите" да бъдат благоразумни. Политическият морал има функции, близки до тези на моралната регулация и регламентация изобщо. Той е елемент от човешката свобода, който позволява на всеки участник в политическото взаимодействие да се постави на мястото на другия човек. Но политическият морал е също и особен вид власт, особен вид авторитет, който облекчава изпълняването на властнически функции.

ткото скъсване с традицията придобива завършен облик. Не случайно оценяват Макиавели като „онзи велик Колумб, открил континента, върху който Хобс е можел да издигне своята постройка”[30]. Политическите идеи на Хобс („гражданска философия”) са следствие от цялостната му философска система. Човекът на Хобс е преди всичко сетивно същество, а основната категория за описване на човешката дейност е движение. Този човек е активен и динамичен индивид, който следва влеченията си и се опитва да осъществява желанията си. Според Хобс не съществуват добро и зло „сами по себе си”. Човек нарича добро онова, което е обект на неговите апетити и желания, а зло – онова, което е обект на неговата омраза или отвращение. За Хобс това, което хората наричат щастие, е постоянният успех при придобиване на онези неща, които човек желае от време на време, т.е. постоянно благоденствие[31]. От позициите на **номинализма** на Хобс „общото” не притежава реалност и абстрактните понятия са само названия, т.е. имена. Той стига до радикализиране на номиналистката логика в сферата на етиката: неговата концепция не допуска съществуването на ценностен ред или йерархия, която е независима от човешкия разум и не е създадена от него.

Подходът, който разделя и в различна степен противопоставя политиката и морала, се обозначава като **инструментален рационализъм**. Неговите традиции отвеждат към философията на **Просвещението**, в която се утвърждава идеята, че моралът не трябва да се разглежда като необходимо за съществуването на политиката условие. Системата на политическите институции се представя като особен механизъм, чието успешно функциониране е условие за разрешаване на социалните конфликти. Нравствените характеристики на управляващите се оказват без особено значение. На преден план се извежда **резултативността** на политическото действие, а не неговото нравствено съвършенство. Принципността в политиката, изразяваща вътрешното морално достойнство на личността, започва да се оценява като излишна и дори „вредна”.

Разновидност на втория подход за изясняване на отношението между политиката и морала е **пълното игнориране** на нравствените ценности от политиката. Това превръща политиката в аморална сфера, в която няма морал, а има само целесъобразност. Моралът и политиката се разглеждат като непримирими противоположности. При това ако моралът се отъждествява с доброто, то политиката се отъждествява със злото. Най-категорични са негативните оценки за политиката във **философията на анархизма**. Според нейните представители злото се корени в самата природа на политиката – във властта[32]. Последната развращава не само хората, които я притежават и упражняват, но и тези, които са принудени да се подчиняват. Подобни негативни оценки за политиката могат да бъдат открити и в произведенията на **либералните мислители**, но най-категорично морално-етическото начало в политиката се отрича от последователите на **болшевизма**. Те подчиняват общочовешкия морал на класовата борба на пролетариата и практически го поставят изцяло в служба на политическите цели на господстващата класа чрез

[30] Strauss, L. Natural Right and History. Chicago: The University of Chicago Press, 1953, p. 177.
[31] Хобс, Т. Левиатан. София: Наука и изкуство, 1970, с. 67-68.
[32] Бакунин, М. Государственность и анархия, т. 2. Санкт Петербург, 1907, с. 27.

принципа „целта оправдава средствата”. Нравствеността и моралът се превръщат в елементи на идеологията. Основателността на подобно твърдение се потвърждава от опита на тоталитаризма, който демонстрира пълно пренебрежение към морала. Цялостното подчиняване на политиката от идеологията се приема за нормално и „оправдано”, защото е нужно за насилственото установяване на справедливост и принудителното постигане на щастие за всички хора. По този начин в името на „народното благо” се стига до отказ от истината, която е пожертвана заради „съблазните” на властта.

В историята на ученията за политиката могат да се посочат редица автори, които, анализирайки отношението между политиката и морала, не приемат крайностите на двата посочени по-горе подхода. Тези автори формират линията на компромисния подход. За разлика от привържениците на инструментално-рационалистичния подход, които извеждат на преден план успешното функциониране на политическите институции, привържениците на компромисния подход поставят акцент върху **категорията свобода**, която се оценява като централна за разбирането на политиката. Като подчертават „**частния**” характер на морала и „**публичния**” характер на политиката, последователите на компромисния подход се разграничават и от морализаторските трактовки на политиката. Третият подход има преобладаващо значение в съвременните изследвания на политиката и морала. Налага се тезата, че всяка от двете сфери следва своята собствена логика и затова непосредственото прилагане на нормите на морала към политиката, пренасянето на понятия от едната сфера в другата, е също толкова погрешно, колкото и категоричното им противопоставяне.

Идеите на **Макс Вебер** са класическа илюстрация на подобна позиция. Той анализира специфичния характер на начините за решаване на моралните проблеми в сферата на политиката. Опитва се да реши въпроса, какво придава моралност на едно политическо действие и кое е по-важно, дали убеждението, от което се ръководи действието, или отговорността за последствията от него. За да очертае границите на влияние на нравствеността върху политиката, Вебер разделя морала на „**етика на убежденията**” и „**етика на отговорността**”. Основна характеристика на „етиката на убежденията” е изискването за неотклонно следване на нравствените принципи, независимо от последиците. Съобразно тази етика оправданието на всяко действие се извежда от убежденията и е подчинено на дълга, но това не означава, че според Вебер тя е безотговорна[33]. „Етиката на отговорността” предполага съобразяване с конкретната обстановка и с последиците от действията, както и поемане от политиците на отговорността за предотвратяване на по-голямото зло с помощта на по-малкото. Това разбира се не означава, че тази етика е напълно лишена от убеждения. Макс Вебер съзнава тясната взаимовръзка и практическа неотделимост на двете ориентации, които взаимно се допълват и заедно „изграждат истинския човек” – онзи, който има призвание на политик[34]. Именно **понятието за легитимност** на Вебер свързва властта с морала, принудата със свободата и силата с авторитета[35].

---

[33] Вебер, М. Ученият и политикът. София, 1993, с. 95.
[34] Вебер, М. Цит. съч., с. 103.
[35] Merquior, J., G. Rousseau and Weber. Two Studies in the Theory of Legitimacy. London, Boston, Henley: Routledge & Kegan Paul, 1980, p. 2.

3. Нравствеността като начин на живот

Властта се реализира като отношение между субекти, имащи свое съзнание и воля. Основна нейна характеристика е способността за определяне социалното пространство на другите чрез контрол и ограничаване на сферите на техните действия. Смисълът на властта се определя не само от нейната инструментална ефективност и управленско значение, но и от нейната органичната връзка с фундаменталните особености на социалното битие – неговите закони, принципи, морални норми. Всяка рационална власт се нуждае от вътрешен регулатор, иманентно присъщ на човека. Ролята на подобен регулатор обикновено се изпълнява от чувството за **дълг**. Значението на дълга като мяра и рационален стимул на властта се състои в определянето на нейните разумни граници. Нарушаването на тези граници придава подчертано ирационален характер на властовото действие.

Проблемът за нравственото или специфично човешкото измерение на политиката се поставя от **Имануел Кант** (1724–1804), който разглежда свободата като „публично използване на разума" и извежда прогреса във всички области на обществения живот от развитието на човешкия разум. Особено актуална за нашето време е неговата теория за „**вечния мир**", независимо че тя се оценява като утопична. На практика отправяните към Кант обвинения в нереалистичност и необоснованост подчертават изключителната **морално-политическа сила** на неговата хуманистична идея, защото той (както по-късно и руският философ Николай Бердяев) със своите идеи за хармонизиране на човешките взаимоотношения изпреварва не само своето време, но дори и нашето. Имануел Кант е не само абстрактен философ, както го представят „критиките" на разума, но и значим политически мислител – изследовател на човека като политическо и историческо същество. За него вечният мир „не е празна идея", а дълг – следователно нравствена задача за политиците и държавниците.

В приложенията към трактата „Към вечния мир", за пръв път в историята на човешката мисъл идеята за вечния мир се разглежда като философски проблем. Кант анализира отношението между морала и политиката, с цел изясняване на възможността за обединяването им. В първата част той изяснява причините, които не позволяват да се постигне съгласуваност между тях. Така се формира идеята за „непримиримия" (на пръв поглед) конфликт между морал и политика. Втората част разкрива пътя, по който може да се преодолее тази непримиримост и да се постигне съгласуваност между морала и политиката. За тази цел Кант посочва две възможности: *първата*, да се приспособи моралът към интересите на политиката, или *втората*, да се подчини политиката на морала, което философът категорично не приема. Кант може да си представи „един морален политик, т.е. един политик, който подбира принципите на умението да се управлява държавата така, че те да са съвместими с морала, но не – един политически моралист, който си измисля морал, изгоден за държавника"[36]. Проблемът за взаимоотношенията на морала и политиката, според него, може да бъде осмислен на основата на трансценденталното понятие за публичното право. Кант схваща „**публичността**" едновременно и като

[36] Кант, И. Към вечния мир. София: БАН, 1993, с. 58.

принцип на правния порядък, и като „метод на Просвещението”. Затова разглежда публичността като „единствения принцип, който може да гарантира единството на политиката и морала”[37].

Представителите на руската религиозна философия от края на XIX и началото на XX век са особено непримирими към моралното разложение на западния свят по това време. Още преди Ницше, те се обявяват против егоизма, утилитаризма и пренебрегването на духовността в „механистичната цивилизация”. Страстното отричане на буржоазността, като морална и духовна категория, е свързано с критика на негативните социални характеристики, присъщи на западния начин на живот. В началото на XX век в произведенията на **Владимир Соловьов** (1853–1900) и **Николай Бердяев** (1874–1948) се преодолява крайността на характерното за „славянофилите” категорично противопоставяне на западната култура. На Русия започва да се отрежда ролята на своеобразен посредник между Изтока и Запада, а на руския народ се възлага особена мисия в новата културна епоха, която Николай Бердяев нарича „ново Средновековие”. Тази мисия е подчинена на необходимостта да се „възроди” духа на универсалното единство и да се постигне „морално” преобразяване на живота. За съжаление, подобни надежди не успяват да превъзмогнат нарастващите апокалиптични предчувствия за бъдещето на света.

Оригиналните и пророчески размисли за политиката на Николай Бердяев са тясно преплетени със съждения за културата, философията и религията. Ако се вземат негови отделни негативни изказвания за политиката и властта, той би могъл да бъде отнесен към авторите, които напълно противопоставят политиката и морала. Едно често цитирано твърдение показва дълбокото му отвращение от политиката, която е „най-зловещата форма на обективацията на човека” и която „винаги се основава на лъжата”[38]. Обикновено продължението на мислите на Бердяев се пренебрегва, но то е изключително важно. Отвращението от политиката не кара Бердяев да се изолира от света, а провокира у него желание да промени този свят. Той не приема аморалността на политиката на своето време, осъзнава и не приема „мъчителния сблъсък между силата и ценността – голямата сила на низшата ценност и малката сила на висшата ценност”[39]. Това не означава, че според него ситуацията на този сблъсък не може да бъде променена. Бердяев има призванието на особен тип „философ-моралист”, който търси смисъла на живота и постоянно се намесва в житейската борба за изменение на живота съобразно този смисъл. В неговата етическа философия „патосът на изискването” винаги е по-силен от „патоса на битието”. Според автора на настоящата студия анализът на цялостната позиция на Бердяев по основните проблеми на политическата философия го сближава с представителите на компромисния подход, акцентиращи върху необходимостта от съществуване на нравственост в политиката.

И днес идеята на Бердяев за необходимостта от **нравствена оценка на социалните явления е** изключително актуална. Според него действително научният анализ на политиката не трябва да се ограничава до тясно специализираната

[37] Кант, И. Отговор на въпроса: Що е Просвещение? // Философска мисъл, 1984, № 12, с. 75.
[38] Бердяев, Н. Самопознанието. // Бердяев, Н. Съчинения в шест тома, т. 6. София, 2007, с. 601.
[39] Бердяев, Н. Цит. съч., с. 607.

характеристика на структурата и функциите на „политическия механизъм”. Този анализ трябва да включва изследване на „човешкото измерение” на политиката, а също и на влиянието, което политиката оказва върху останалите форми на човешка дейност. За проблемите на политиката – според Бердяев – трябва да се мисли в категориите на философията, морала и духовността. Той се опитва да възстанови забравеното значение на политическата дейност като сфера на свободата и като пространство, в което се проявяват **достойнството** и **личностната уникалност** на човека. Бердяев разбира се съзнава, че голяма част от неговите анализи са в дълбок конфликт с времето, в което живее, и затова са ориентирани към далечното бъдеще („ненавременни размисли” в терминологията на Ницше). Но за Бердяев е много важно да продължава да защитава своята идея за човека в една епоха – враждебна на човека, да „проповядва човечност в най-безчовечните времена”[40]. Политиката, като сфера, в която се преплитат множество интереси и се водят непрестанни борби, трудно влиза в хармония с абсолютните морални правила. Но етическата концепция на Бердяев показва, че моралът и политиката не са напълно несъвместими. Той отбелязва тяхната съвместимост по линия на позитивното влияние на морала върху съдържанието на политическата дейност. За да не ограничава морала до равнището на добрите пожелания и да го превърне в действена институция, Бердяев развива идеята за една „етика на истинското призвание и предназначение на човека”, за която творческото отношение към живото не е право, а дълг.

За разлика от Макс Вебер, Николай Бердяев не ограничава политиката до легитимното използване на насилствени средства. В този смисъл идеите му имат по-актуално звучене, особено ако бъдат отнесени към задачите на политиката в съвременния свят. При решаването на редица политически проблеми днес използването (или дори само заплахата от използване) на сила може да доведе до провал. Затова в основите на съвременната политика трябва да стоят гражданската отговорност, солидарността, готовността за компромис и кооперирание на участниците в политическия процес.

Етиката на Бердяев е насочена срещу „несъвършеното добро”, което се създава в социалния живот и се основава на обективацията[41]. В „Предназначението на човека” (1931) сам определя учението си като „**опит за парадоксална етика**” и поставя като епиграф думите на Гогол – „Тъжно е, че не виждаш добро в доброто”. За Бердяев основен въпрос на етиката е въпросът за „критерия за добро и зло, за генеалогията на морала и възникването на различието и оценката”[42]. Така етиката обхваща целия свят, в който се извършва разграничаване, прави се оценка и се търси смисъл.

---

[40] Бердяев, Н. Цит. съч., 2007, с. 717.

[41] Бердяев разглежда външната за човека действителност само като „обективация” (опредметяване, въплъщение, символизация) на субективния личностен дух. Човекът е поробен от обекта и смята самия себе си за обект. Обективацията е пасивност, несамостоятелност и зависимост от външен източник на енергия, както и източник на робството във всяко възможно отношение – в познанието, в морала, в религията, в изкуството, в политическия и социалния живот. Най-пълно идеята за обективацията е развита в книгата на Николай Бердяев „Аз и светът на обектите. Опит за философия на самотата и общуването” (1934).

[42] Бердяев, Н. Предназначението на човека. София: Св. Климент Охридски, 1994, с. 53.

Позицията на Бердяев е съпоставима с концепция на Вебер за „етиката на убежденията” и „етиката на отговорността”, които са представени като „**идеални типове**” за анализ на реалните политически действия. Вебер се опитва да разбере какво придава етическа ценност на едно политическо действие и само на пръв поглед отдава предпочитанията си на „етиката на отговорността”. Той много добре съзнава тясната взаимовръзка и практическа неотделимост на двете ориентации, както и необходимостта съотношението между двете етики в реалните действия да определя сам политикът. Бердяев различава три епохи в историята на човешкото общество, през които доминират различни системи от нравствени ценности. Това са: *1)* **етиката на закона**, *2)* **етиката на изкуплението** и *3)* **етиката на творчеството**[43]. Според него трите етики могат да се разглеждат като степени в нравствената еволюция на човечеството, които не са хронологично следващи една след друга. В известна степен Бердяев отива по-далеч от схващането на М. Вебер, като се опитва по-категорично да преодолее противоположността между „етиката на отговорността” и „етиката на убежденията”. Във философията на Бердяев творчеството се отъждествява с морала[44]. Всяко творчество има нравствено значение, защото се ражда от личността, но не е насочено към нея, а към света. Бердяев оценява етиката на творчеството като „висша и най-зряла форма на нравствено съзнание”[45]. Разбира се, той не призовава да се пренебрегват етиката на закона и етиката на изкуплението, както и общоприетите форми на общуване между хората. Ясно съзнава, че доброто е безсилно като закон, но това не отменя неговата „положителна мисия в света”. Бердяев само показва, че съществуват по-високи степени в развитието на нравствеността, които не могат да бъдат постигнати принудително, тъй като са свързани с дарбите на човека и с неговото призвание.

Авторът на настоящото изследване приема, че независимо от мистичните и есхатологичните елементи в анализа, основните идеи на Бердяевата философия се докосват до реалните ценности на историческото развитие, разкриващи хуманистичната природа на човешката личност. Философът показва, че тези ценности човек може и трябва да постига единствено самостоятелно, чрез собственото си творчество, преодолявайки историческите препятствия като свои собствени заблуждения и като своя вина. Влиянието на Бердяев върху формирането и развитието на философията на екзистенциализма, както и спецификата на неговите идеи, позволяват да разглеждаме неговото творчество като важен етап в процеса на преодоляване на основните недостатъци на класическата рационалистическа философия. За разлика от характерното за нея недооценяване на творческите възможности на човека и подчиняването му на държавните и политически цели, философията на Бердяев е ориентирана към човешкото измерение на политиката. В процеса на осмисляне на духовния опит на човека, Бердяев съчетава методите на философския рационализъм с тези на ирационализма, което е характерно за екзистенциално-персоналистичното направление във философията. Този нов тип философстване оказва съществено влияние върху анализа и тълкуването на проблемите на полити-

[43] Бердяев, Н. Цит. съч., с. 118.
[44] Паси, И. Николай Бердяев. Опит за философски портрет. София, 2001, с. 85.
[45] Бердяев, Н. Предназначението на човека. София: Св. Климент Охридски, 1994, с. 187.

ческата философия. Започва да се отделя по-голямо внимание на търсенето на движещите сили на вътрешния свят на човека: духовност, нравственост и морал, емоции, воля, интуиция.

Нравственото отношение е специфично човешко отношение към света. Но човек може да се отнася към своя свят поне по два различни начина[46]. Тези два начина илюстрират степените във формирането на морала и са непосредствен израз на съществуването на човека, на неговия живот. *Първо*, той може да бъде „потопен" в заварената ситуация, да живее като че ли „слят" със света, в едно измерение синтезиращо „тук и сега" или в условията на **нормативната нравственост**. Човекът приема това, което му се предписва, и го следва, без да поставя въпроса дали може да бъде и по друг начин. Този морал е лишен от своя най-съществен елемент – свободата на избора, а човекът, който живее съобразно този морал, е лишен от своята най-фундаментална характеристика – перманентното трансцендиране на собствената си същност. Това е живот съобразно Бердяевата етика на закона. *Вторият* начин на човешко съществуване и човешко отнасяне към света е свързан с рефлексията. Благодарение на тази си способност човекът се разграничава от своето налично битие, опитва се да го обхване в неговата цялост и се съотнася с него. В резултат на това човек може да избира дали отново да се приобщи към света, или да го отхвърли. От схващането на свободата като възможност за дистанциране от битието, с цел „ново" осмислено приобщаване към него[47], следва заключението, че носител на истинската ценност е това ново „о-смислено" приемане на света. Така се разкрива спецификата на „**ненормативната нравственост**", а човекът се оказва „началният пункт в изясняването на морала"[48], защото моралното отношение е единствено и само човешко отношение. Човекът е съзнателно, заинтересовано, творчески действащо същество и затова трябва да живее съобразно „етиката на творчеството" (Бердяев). Предимството на човека е, че „единствен може да обхване битието в неговата безкрайност, да проникне в него и да предусети посоката на неговото самодвижение. По този начин той единствен може да надникне в собственото си бъдеще"[49].

Историческият опит показва, че ефективното функциониране на всички сфери на обществения живот (особено на социално-икономическата и политическата) предполага конкуренция и налагане на интереси. Но никоя социално-икономическа или политическа система не може да съществува продължително време без съблюдаване на елементарни норми на справедливост, т.е. без морално оправдание. Легитимността на политическата власт се извежда от споделената вяра на гражданите за моралните и правни основания на управляващите да упражняват властта си. Съществува безкрайно разнообразие от начини за поддържане на подобна вяра, както и за нейното разрушаване. Главното е, че всяка вяра съответства на човешкото желание за постигане на сигурност и стабилност – така идеята за справедливостта се оказва в основите на всяка теория за легитимността.

---

[46] Рубинщейн, С. Проблемы общей психологии. Москва, 1976, с. 347–349.
[47] Какабадзе, З. Человек как философская проблема. Тбилиси, 1970, с. 29.
[48] Видева, Н. Девет лекции по история на етиката. София: КОТА, 2005, с. 31.
[49] Видева, Н. Цит. съч,, с. 31.

Според нас научният анализ на политиката не трябва да се ограничава до тясно специализирана характеристика на структурата и функциите на политическата система, без да се изследва нейното човешко измерение. Този анализ трябва не само да разкрива как политиката отразява различни човешки интереси и оказва влияние върху всички форми на човешката дейност (производство, изкуство, религия), но трябва да се ангажира и с изследването на нейните нравствени аспекти. Извън наличието на общочовешки морал е невъзможно решаването на по-голямата част от значимите проблеми на съвременността.

Изследването на различните подходи, интерпретиращи отношението между политика и морал, води до следните **обобщения:**

Първо, в исторически и теоретически план характеристиките на отношенията между политиката и морала получават две възможни модификации: *а)* на взаимопроникваща и допълваща се зависимост между политическото и моралното битие на човека; *б)* на взаимоотблъскване и провокираща избора независимост между политически правилното и морално оправданото действие на човека.

Второ, целите на политиката са специфични, поради което във всяка ситуация на избор или решение изискват съотнасяне, съизмерване и съчетаване на добро и зло, на идеално (желано) и реално (възможно).

Трето, нравствеността, разгледана като начин на живот, е свързана с решаването на значими съвременни проблеми, свързани с безопасността на хората в света, с правата и задълженията на човека, с политическото поведение и целите на човешката активност. Този аспект представлява „квинтесенция" на политическото, защото именно в своите морални основания политиката предполага грижа за бъдещето. Политиката създава бъдещето в настоящето, а автентичната политическа мисъл е ориентирана към това, което „трябва да бъде", а не към това, което „е".

Втора глава. Справедливостта като проблем на политическата философия

Справедливостта е универсална социална ценност, която прави възможно общуването, постигането на баланс в отношенията между хората и реализацията на социалните цели. Тя е основен регулиращ принцип за дейността на обществото, политическите институции и отделната личност. Справедливостта[50] е едновременно резултат от съвместния живот на хората и предпоставка за неговото развитие. Като обобщаваща морална ценност и добродетел, справедливостта винаги е цел както на морала, така и на политиката.

[50] Съществуват различни разбирания за същността на справедливостта: *Първо,* справедливостта се свързва с равенството (егалитаризъм) и така се формира идеята за „дистрибутивната справедливост", която изисква равно разпределение на благата и вредите между всички хора в общността по силата на това, че те са равни като човешки същества. *Второ,* справедливостта се поставя в зависимост от участието и приноса на всеки, изразени чрез езика на продуктивността и ефективността (в историко-културен план този принцип се основава на протестантската етика). *Трето,* справедливостта може да се концентрира върху нуждите и потребностите на хората (т.нар. „социалистическа" справедливост). *Четвърто,* част от представителите на либерализма поставят акцент върху свободата и извеждат справедливостта от принципа: „От всекиго според избора му, всекиму според избраното от него" (Вж. Сотирова, Д. Бизнес етика. София: НБУ, 2009, с. 164).

В условията на съвременната политика темата за справедливостта присъства в следните научни позиции:

- либерално-комунитарния дебат за справедливостта;
- идеята за делиберативната политика, която се основава на демократичното разбиране за политиката;
- интерпретацията на отношението между политиката и морала в динамично променящата се социална система на информационното общество.

1. Либерално-комунитарният дебат за справедливостта

Политическата справедливост съчетава икономически, правни и морални аспекти на понятието, защото в политиката традиционно се утвърждава определен тип икономическа, юридическа и морална справедливост[51]. Разбирането за справедливост на всяка политика се разкрива най-пълно в системата от принципи, на които тя се основава. През втората половина на XX век се обособяват различни подходи за интерпретиране на политическата справедливост – либерален, комунитаристки, неоконсервативен, постмодернистки и т.н. Значително влияние върху този процес оказва преориентирането на интересите на научната общност към фундаментални нормативни изследвания на политиката, а също разрастването на бюрокрацията и формирането на тезата за възникване на държавата на всеобщото благоденствие (благосъстояние). Основните дискусии, свързани с проблема за справедливата държава и нейните функции, се водят между представителите на либерализма и комунитаризма.

Сред най-популярните представители на **либералния подход** могат да бъдат откроени Джон Ролс, Робърт Нозик, Роналд Дуоркин. Спецификата на този подход се свързва с разработването на съдържателни принципи на справедливост, които се поставят в основата на функционирането на държавата. **Джон Ролс** (1921–2002) задава посоката на дискусиите по проблема за справедливостта с оказалата изключително влияние върху развитието на политическата философия на XX век своя книга „Теория на справедливостта”[52]. Той представя най-прецизно разработените схващания за справедливостта, като използва идеята на Аристотел за трите вида справедливост: уравнителна, разпределителна и въздаваща.

Ролс претендира, че схващането му за „справедливостта като честност” е философски и метафизически неутрално, тъй като е замислено като политическо

[51] Драмалиева, В. Справедливостта в етиката и бизнес етиката. София: Сиела, 2001, с. 166.

[52] Джон Ролс е американски автор, чиято книга „Теория на справедливостта” (1971) се превръща в произведението, оказало най-силно влияние върху англо-американската политическа философия през последните десетилетия на XX век. Това е първият фундаментален труд от този период, който анализира проблема за справедливостта и провокира значителен брой критични отзиви. Неговият автор с основание се счита за основател на съвременната нормативна политическа философия, която съобразно доминиращите оценки е преди всичко философия на справедливостта. Теорията на Ролс е предел-но абстрактна и достатъчно сложна, както по структурата на нормативните изводи (популярните принципи на справедливостта), така и по структурата на философската аргументация, доколкото според характера на своето мислене той се намира най-близо до Кант. Джон Ролс започва разработването на своята концепция за справедливостта през втората половина на 50-те години на XX век с публикуването на серия от статии, чиито идеи по-късно намират окончателна реализация във фундаменталния му труд от 1971 година.

схващане, което трябва да бъде независимо от всякакви религиозни и философски доктрини, защото те винаги се оспорват взаимно. Когато се вземат решения, най-значимият фактор е политически, но Ролс все пак признава, че политическото му схващане за справедливостта в условията на демокрация неизбежно има и морален ефект. Справедливостта като честно сътрудничество се отнася до това, което Ролс нарича „основна структура" на модерната конституционна демокрация. Тази структура включва главните политически, социални и икономически институции на обществото и начина, по който се съчетават в единна система на социално сътрудничество[53]. Естествено Ролс е напълно прав, когато твърди, че всичко свързано със съвместния живот на хората е немислимо, ако не се отчита неговия морален смисъл. За разлика от класическите теории за социалния договор (предполагащи постигане на единство по пътя на прилагане на легитимно насилието от страна на властта), той разчита на една „добра" организация, т.е. на съгласуване между институциите вътре в системата на обществото. Джон Ролс се разграничава от традиционните морални доктрини, издигащи някакъв общ морален принцип (например принципът на ползата при утилитаризма). Според него едно работещо схващане за политическата справедливост трябва да се основава на разнообразие от доктрини, на противоречиви и дори несъизмерими схващания за доброто. Но доколкото разбирането на моралните категории е неизбежно метафизическо, претенцията за философска и метафизическа неутралност се оказва проблематична.

Заслуга на Ролс е формулирането на двата принципа за организация на справедливата държава – **принципът на свободата** и **принципът на различието**. Чрез тези принципи той се опитва да съчетае идеите за социалната държава с идеята за свободата, като приема необходимостта от участие на държавата в процеса на преразпределение на благата (подкрепа на хората в най-неизгодни социални позиции). Ролс създава радикален проект за преустройство на обществото на основата на егалитаризма и традиционната идея за обществения договор. Този проект е съобразен със съвременната „постметафизическа" ситуация във философията и социалните науки. В съдържателен план концепцията на Ролс е опит за формулиране на принципи на справедливостта, които отразяват основните нормативни резултати, постигнати от представителите на западното мислене от последните няколко столетия. Неговата теория е съвременен вариант на концепцията за обществения договор, който се отличава от класическите версии по това, че договорът има не реален, а **хипотетичен** характер. Ролс претендира, че е намерил възможност за обединяването на равенството и свободата – идеята за обществото като система за честно социално сътрудничество между свободни и равноправни личности. За да формулира принципите на справедливост, авторът предлага мисловен експеримент, основаващ се на „представата" за съществуването на хора, които изкуствено са лишени от важна и разностранна информация за самите тях. Посредством особени практически размишления, участващите в този хипотетичен договор стигат до „обща концепция за справедливостта", конкретизираща се в следните **два основни принципа** на справедливостта:

[53] Вж. Ролс, Дж. Справедливостта като честност: политическа, а не метафизическа. // Американската философия на 20 век. София, 1995.

- Всяка личност има еднакво право на напълно адекватна схема за едни и същи основни права и свободи, съвместима с подобна схема за всички.
- Социалните и икономическите неравенства трябва да отговарят на две условия: *първо*, трябва да са свързани със служби и длъжности, открити за всеки при условие на честно равноправие във възможността; и *второ*, трябва да бъдат от най-голяма полза за членовете на обществото, които са в най-неизгодна позиция.

Това схващане за справедливостта е предложение, което би могло да послужи като основа за политическо съгласие. Несъмнено съгласието относно фундаменталните въпроси на политическата справедливост трябва да бъде постигнато при достатъчна информираност относно общите условия, без принуда и по начини, съвместими със статуса на всички граждани като равноправни и свободни личности. Изискването да се взема предвид като критерий за справедливостта състоянието на най-слабите и уязвимите поставя допълнителен акцент върху ролята на морала.

В границите на либералния подход сред най-значимите критици на либерал-реформизма на Ролс се откроява радикалният либерал **Робърт Нозик** (1938–2002), който свързва справедливостта с еквивалентните разменни отношения между гражданите и ненамесата на държавата. В този смисъл по своите ценностно-нормативни основания концепцията на Нозик се намира много по-близо до класическия либерализъм, отколкото тази на Ролс.

Концепциите на представителите на либералния подход като цяло изразяват нравствената идея за **приоритета на свободата**. Според тях фундаменталните права, които са установени в резултат на прилагането на определени процедури, отговарящи на изискванията за „честност" или безпристрастност, не могат и не трябва да бъдат отменяни заради постигането на определени социални предимства. Тази позиция кардинално ги разграничава от представителите на утилитаризма. Определящо значение в логиката на техните разсъждения има не идеята за благото (максималната полезност при утилитаристите или идеята на комунитаристите за особеното качествено състояние на свързаност в „със-обществото"), а индивидуалната свобода и справедливостта, в която тя е въплътена.

Джон Ролс следва философията на Кант, но тълкува неговата концепцията за „най-висшето благо"[54] предимно в термините на политическите перспективи на бъдещето[55]. Той изследва възможността „вярващите граждани" да бъдат от цялата си душа членове на демократичното общество, без да изпитват вътрешен конфликт. Като подчертава, че засягащите въпросите на фундаменталната политическа справедливост аргументи трябва да се формулират в терминологията на „публичния разум", Ролс уточнява, че не е задължително това изискване да води до противоречие с принципите на вярата[56]. Вярващите хора могат да разглеждат основните политически ценности (свобода, равенство, справедливост и т.н.) едновременно и като „дадени от Бога заповеди".

---

[54] Вж. Кант, И. Религията в границите на самия разум. София, 1997, с. 84.
[55] Rawls, J. Lectures on the History of Moral Philosophy. London, 2000.
[56] Rawls, J. The Idea of Public Reason Revisited. // Rawls, J. Collected Papers. London, 1999, pp. 588–590.

Според Ролс в границите на демократичното мислене има несъответствие между тръгващата от Джон Лок традиция, която отдава приоритетно значение на свободите (свободата на мисълта и съвестта, неотнимаемите права на личността, правото на собственост) и традицията, свързана с **Жан-Жак Русо** (1712–1778), която придава по-голямо значение на равенството и в политическия живот цени по-високо общността. Този „стилизиран контраст" [57] се превръща в основа на „**конфликта**" между либералите и комунитаристите, който прераства в продължителен спор относно най-подходящите форми за институционализиране на ценностите на свободата и равенството. В зависимост от спецификата на разбирането за отношението между отделното човешко същество и „съ-обществото" от личности, политическите мислители стигат до различни изводи. Посттоталитарната либерална политическа теория ограничава концептуалните разработки за природата на личността и свежда политическото значение на хората само до участието им в обществения договор, като автономни индивиди. Така дори Джон Ролс, който разработва теорията си за нравствеността като алтернатива на утилитаризма, предлага единствено понятие за държавата (като система за сътрудничество), но не и за „съ-обществото" от личности. Представителите на либерализма не се интересуват от спецификата на човешката личност и на „съ-обществото" от личности. Отказът от решаването на посочените проблеми провокира критика към тях от две страни – от позициите на комунитаризма и на постмодернизма.

Комунитарният подход се разработва от Алъсдеър Макинтайър, Чарлз Тейлър, Майкъл Сандел, Майкъл Уолзър, Аксел Хонет и други. Спецификата на комунитарното направление се извежда от интерпретацията на политическата справедливост в контекста на социалността. Комунитаристите критикуват либералната теза и отричат възможността за формулиране на универсални принципи на политическата справедливост. Те приемат съществуването на определено „общо благо", поради което държавата не може да бъде неутрална по отношение на концепцията за благото. Според тях справедливостта трябва да бъде подчинена на защитата на интересите на общността, затова нейните принципи са зависими от социокултурните характеристики на конкретната общност.

Съвременният западен комунитаризъм, който се противопоставя на либералния индивидуализъм, се отнася положително към укрепването на колективните (социални) ценности. Неговите представители приемат необходимостта от установяване на нови предели на личната автономия и от укрепване на общите, споделяни от всички ценности. Изходна предпоставка на техните концепции е възражението срещу общоприетия биполярен модел „индивидуализъм – колективизъм", който води до опростяване на разбирането за социалната реалност. Разпространението на комунитаризма е своеобразна реакция на доминиращата през седемдесетте години на XX век неолиберална индивидуалистична култура, както и израз на желанието да се преодолее антиномията на колективното и индивидуалното. Неговите привърженици акцентират върху необходимостта от поставяне на граница пред раз-

[57] Димитрова, М. Социалността и справедливостта (екзистенциално-феноменологичен подход). София, 2009, с. 210.

рушителния егоцентризъм, без естествено да се пренебрегват индивидуалната автономност и правата на личността. Според представителите на комунитаризма необходимостта от поддържане на равновесие между обществените и личните добродетели трябва да замени традиционния избор на един от двата типа ценности.

„**Комунитарната парадигма**"[58] и политическата теория на комунитаризма се формират в англо-американската философия, като отговор на успеха на Джон Ролс. Нейните привърженици се обявяват срещу идеята за краха на „нелибералната" политическа философия и срещу превръщането на тази философия в основен виновник за появата на двете тоталитарни системи на XX век. Комунитаристите отхвърлят либералната критика[59] и защитават тезата, че субстанциалното вписване на живота на отделния човек в общността е желателно и не е задължително това да доведе до „уродството на тоталитаризма". Обосноваването на посочената теза се основава предимно на нравствената философия и социология. Теоретиците на комунитаризма показват, че основните характеристики на модернизацията от втората половина на XX век водят до нееднозначни социални последици. Превръщането на знанието в основен производствен ресурс неимоверно повишава значимостта на отделната личност и необходимостта от утвърждаване на нейните права. От друга страна, това води до тенденция към хипертрофия на индивидуалната автономност и до подценяване на социалната отговорност, което е заплаха за стабилността и целостта на обществото. Формира се потребност от разработване на проект за „нова социалност", която, без да накърнява личностната и групова автономия, трябва да ги съчетава със социалния дълг и понятието за общо благо.

Световно признатият социалнополитически и морален теоретик **Майкъл Уолзър** (1935) свързва характерните за съвременното западно общество принципи на справедливостта с понятието за „комплексното равенство" и акцентира върху понятието „сфери на справедливостта". Комплексното равенство предполага, че всяка от сферите на справедливостта притежава свой собствен уникален критерий за справедливост, който не трябва да бъде прилаган в друга сфера. Във връзка с това осъществяването на преразпределителни функции от страна на държавата се свързва и с културните традиции на конкретната страна. Неговата теория за „комплексното равенство" е сред най-значимите съвременни концепции за разпределителната справедливост.

Сред недостатъците на комунитаристката политическа теория се откроява използването на холистки подход за анализ на „съобществото" и схващането, че теорията за него може да бъде разработена, без да е необходимо предварително да се построи теория за субекта. Този подход към проблема за съобществото се подлага на критика от другия опонент на индивидуалистичния либерализъм – постмодернистката политическа мисъл.

Днес социалният въпрос привлича вниманието преди всичко като морален въпрос, най-малко защото дълбоките неравенства в обществото и невъзможността за непосредственото им оправдаване са първоначален опит не само за изследова-

[58] Etzioni, A. The New Golden Rule. Community and Morality in a Democratic Society. N. Y., 1996, p. 4.
[59] Taylor, C. Sources of the Self. The Making of the Modern Identity. Cambridge: Cambridge University Press, 1989, p. 521.

теля, но и за всеки, който не се страхува да разсъждава за собствената си участ. Когато се поставя въпросът за връзката между властта и морала, обикновено се има предвид моралната оценка на политическите явления, която се извършва на основата на понятията за добро и зло, справедливо или несправедливо, дълг и съвест. Тази оценка може да изразява не само индивидуалните възгледи и предпочитания, но и общата морална оценка на посочените явления. Без социалните ценности добрият порядък в обществения живот е немислим. „Споделяните и признавани ценности са сърцевината на добрия порядък. Безпорядъкът е гробище на ценностите. Това е адът, не въображаем, а реален”[60].

В периоди на активна социална динамика протичащите в обществото процеси на трансформация провокират промени в системата на ценностите. Става въпрос не само за преосмисляне на съдържанието на духовните и културни основи на обществото, а за търсене на нови възможности за неговото развитие. Необходимостта от подреденост на социалния свят на човека несъмнено стои в основата на задвижване на политическата система, но тази система се задвижва също и от потребността от справедливост в организацията на човешките отношения. Политическото (както и рационалното) не е изходна фаза на човешкото развитие, то поскоро е завършващата фаза, при която разумът преодолява индивидуалния произвол и съпротивата на субективността, за да се подчини на общото благо[61]. Идеята за общото благо е свързана с фундаменталния политически проблем за реда в обществото. Но понятието за „общо благо” е обременено в максимална степен от условни признаци и догматични предпоставки – от идеята за Бога, като абсолют на доброто, до тезата на хедонизма за личното удоволствие, като цел на човешкото съществуване.

Етическите ценности, ориентирани не към съзерцанието, а към действието, са важни за нормалното функциониране на обществото като цяло и особено за политическата сфера, която организира това цяло. Ценностите се определят като субективни по характер, но „субективно” може да означава не само индивидуално, а и социално. Субективността провокира различия, противоположности и конфликти, поради което „големите политически и светогледни конфликти са същевременно конфликти на ценности”[62], а това придава на политиката ценностно измерение. Вечни начала в обществения и политическия живот – както подчертава Николай Бердяев – са ценностите, които се реализират в субективния дух, а не телата, които се реализират в обективацията на историята[63]. Това подчертава спецификата на ценностите, като обособена сфера, която не съвпада нито със субективната, нито с обективната действителност. В съвременната теория за политиката е утвърдена тезата, че ценността придава смисъл на битието и смисъл на нещата, които субектът се стреми да постигне. Смисълът има място в кръгозора на човека като субект и е отговор на въпросите, които се поставят от субекта.

---

[60] Фотев, Г. Ценности срещу безпорядък. София: Изток-Запад, 2009, с. 7.
[61] Градев, В. Политика и спасение. София: Изток-Запад, 2005, с. 35.
[62] Игнатов, А. Ценностна промяна и ценностни конфликти в процеса на трансформация. // Философски алтернативи, № 5, 2006, с. 24.
[63] Бердяев, Н. За робството и свободата на човека. София: Св. Кл. Охридски, 1992, с. 127.

Проблемът за търсене на възможности за създаване на по-съвършено устройство на обществото винаги е свързан с проблема за ценностите и тяхната промяна. А когато става въпрос за време на непрестанни социални промени, неизчерпаемата тема за смисъла и значението на социалните ценности повишава многократно своята актуалност. Георги Фотев пише: „Колкото и обилна да е информацията, колкото и най-нови и напредничави да са знанията, колкото и добре да са пресметнати интересите, човекът и обществото са загубени без изпитани ценности и надеждни ценностни опори в живота си”[64].

В общественото съзнание ценността на реда се определя от взаимодействието на две на пръв поглед противоположни тенденции – към подреденост и към безпорядък (хаос). Те гарантират както динамиката на социалните системи, така и тяхната стабилност. Двете тенденции се допълват взаимно, а хаосът е условие на възможността за „подреждане” на системата. Ефективната власт трябва да осигурява както развитието, така и стабилността на социалната система. Това предполага ориентация към два типа ценности – **индивидуални** и **социални**, без да се допуща нарушаване на баланса между тях, защото когато обществото започне да се поддържа предимно от силата, това със сигурност предизвестява неговия край. Редът в цялото е потребен не за цялото и не защото цялото е висша ценност, в много по-голяма степен редът е необходим за личността.

2. Идеята за делиберативна политика

Антропологичните корени на политиката се извеждат от способността на човека едновременно да властва над другия и да се подчинява на другия човек. Политиката е израз на надеждите и разочарованията на човека от другия човек. Разбира се, трябва да се прави разлика между две понятия за „Другия”. Другият, който има лице и който може да ни стане приятел, е израз на интерсубективните отношения. Това понятие за другия стои в основата на морала като проблем на частния живот на хората. Не трябва да се пренебрегва и отношението към другия, който няма лице и никога няма да ни стане приятел, но с когото сме свързани посредством институциите. Така се стига до прехода от приятелството към справедливостта, а нравственото отношение може да бъде определено по следния начин: „да се стремиш към добрия живот заедно със и за другите в едни справедливи институции” (Пол Рикьор). Следователно, идеята за справедливостта засяга връзката на човека с другия без лице, в която посредник е институцията, а не интерсубективността. По този начин **политиката се оказва пряко свързана с етиката**, защото политиката изследва институциите, обединяващи индивиди, които вероятно никога няма да станат приятели. Затова когато се поставя проблемът за спецификата на „онтологичната ситуация” на човека в политиката, интересите са насочени не към това, което става „вътре в отделната личност”, а към това, което става на границата между своето и чуждото съзнание. Както подчертава Михаил Бахтин: „Да бъдеш, означава да бъдеш за Другия и чрез него за себе си. Човекът няма вътрешна суверенна територия, той изцяло и винаги е на границата и гледайки вътре в себе си, той гледа в очите на другия и чрез очите на другия”.

[64] Фотев, Г. Ценности срещу безпорядък. София: Изток-Запад, 2009, с. 9.

Демократичното разбиране за политиката[65] като „дейност, чрез която различните ценности и поведения в границите на една общност биват съгласувани в рамките на мирно съжителство”, позволява преодоляване на крайностите на „морализаторския” и „реалистичния” подход при дефиниране на политиката и анализа на отношението между политиката и морала. Различните дефиниции на политиката се проектират в различни ценностни ориентации, различни очаквания и мотивация, в различно политическо поведение.

По дефиниция крайна цел на политиката е постигането на „общо благо” за всички членове на политическата общност, но смисълът и пътят към общото благо не са априорно известни и саморазбиращи се. Те провокират постоянни конфликти и безкрайни теоретични спорове. Либерализмът и републиканизмът (две от най-значимите политически парадигми на модерните времена, конкуриращи се и до днес) имат различни разбирания за общото благо, както и за начина на неговото постигане в условията на демокрацията[66]. От позицията на либерализма общото благо не представлява субстанциален проблем и затова бива ограничавано до осигуряване на възможност на индивидите за постигане на „благо за себе си”. На преден план се извеждат отделните членове на обществото като субекти по рождение, а това означава политически равни и отговорни както за своето благополучие, така и за неуспехите си. Асоциирането на тези индивиди в общество е безотносително към интерсубективността. Демократичният процес в условията на либерализма се основава главно на анонимното правило на закона.

От гледна точка на републиканизма обществото като социално цяло е реално условие, което прави „мислими” човешките индивиди и ги свързва в съвместно битие или „съ-битие”. Обществото като цяло се разглежда като културно единство, което е етически интегрирано и има своя център в държавата. Демокрацията се разглежда като синоним на **политическата самоорганизация** на обществото[67]. Проблемът за общото благо не се свежда до сумата от постиганите от отделните членове на обществото индивидуални блага, защото за съвместния живот на хората много по-голямо значение имат общите (колективните) интереси, воля и ценности.

Републиканският модел на демокрацията включва като основен принцип делиберацията, която е изключително важна за функционирането и развитието на демокрацията. Тя е условието, без което демокрацията лесно може да бъде подменена с някакъв вид диктатура, прокламираща претенцията да изразява и отстоява благото на обществото като цяло. Но общата воля на гражданите е проблематична по своята природа и подлежи на предефиниране в процеса на диалога, и респективно в хода на демократическия процес. Затова е необходимо „конституиращите норми” да респектират всеки дотогава, докато тяхното действие не се превърне в механично регулиране по подобие на пазарния модел[68].

---

[65] Това разбиране е формулирана от Светослав Малинов в студията му „Що е политика?”. Вж. Малинов, Св. Консервативни опити. София: Св. Климент Охридски, 2010, с. 30.

[66] Фотев, Г. Граници на политиката. София: ЛИК, 2001, с. 396–397.

[67] Habermas, J. The Inclusion of the Other. Studies in Political Theory. Massachusetts, 1998, p. 246.

[68] Фотев, Г. Граници на политиката. София: ЛИК, 2001, с. 298.

Още от античната философия **диалогът** има неизменно висока познавателна и морална стойност. В политиката диалогът се утвърждава като единственият приемлив начин, по който могат да се управляват общностите на свободни и равни хора, доколкото това са общности, където при упражняването на политическата власт насилието поначало трябва да бъде изключено. Затова в съвременната политика диалогът се оказва единственото средство за мирно регулиране на публичните отношения между хора с различни морални убеждения[69]. **Брус Акерман** (1943), един от най-известните съвременни американски политолози, използва израза „**върховен прагматичен императив**" на съвременната либерална политика. Според него този императив гласи: „Ако вие и аз не се радваме на съгласие относно моралната истина, единственият начин да решим проблемите за съвместното съществуване по начин, който и двамата намираме за разумен, е да говорим за тях"[70].

През последните десетилетия в най-развитите страни се наблюдава обща тенденция на превръщане на политиката в по-комплексна и самостоятелна, както и в по-открита за публичен контрол сфера. Повишаването на значението на комуникативните аспекти на политическия процес провокира процес на замяна на традиционната политика на „сили и влияния" с делиберативна политика, която предполага ориентиране към рационално обсъждане на актуалните обществени проблеми и предявяване на претенции пред институциите на властта всички важни политически решения да се вземат след легитимирането им чрез подобни обсъждания. Съдържанието на **делиберативната политика**[71] се състои в реализация на принципа на **публичността** в политическата сфера. Идеята за делиберативна демокрация се противопоставя на либералната концепция за демокрацията, в която смисълът и целта на политиката се извеждат от удовлетворяването на **интересите** „на всички" и „на всеки". Делиберативният модел за демокрация акцентира върху ролята на дискурса, в който чрез съвместни размисли гражданите изработват визията за това, което ще гарантира „**благото**" на всички – тук акцентът се поставя не върху интереса, а върху ценността.

Разработената от Юрген Хабермас „**дискурсна етика**", една от най-влиятелните съвременни етически теории, също отрежда централна роля на диалогичността – този път в областта на морала. Според Хабермас моралните норми, към които следва да се придържаме, дължат своята валидност на рационалното им обосноваване в хода на свободна от принуда дискусия между всички членове на моралната общност. Дискурсивната теория на Хабермас описва **делиберативната демокрация** не просто като синтез на либералния и републиканския модел, а като процес на критическото им преодоляване и като пределно рефлектиране върху самите основания на демокрацията, с цел неутрализиране на възможните препят-

---

[69] Тодоров, Х. Воля за диалог. Морални измерения на диалогичността. // Тодоров, Х. Работа върху понятията. София: НБУ, 2011, с. 98–99.

[70] Вж. Акерман, Б. Защо диалог? // Алтернативе на несвободата. Политическа философия. Пловдив, 1998, с. 353.

[71] Понятието „делиберативна политика" (от deliberate – обмислям, обсъждам) е въведено в широка употреба от Джон Дюи (1859–1952), но най-голям принос за неговия теоретически анализ има Юрген Хабермас (1929), който го превръща в основен елемент на политико-философската си концепция.

ствия пред демократичния процес. Диалогичността се превръща в радикализация на делиберацията, разбирана като постигане на крайните основания на нещата от социалната реалност. В процеса на диалога възниква очакване от страна на всеки от диалогизиращите да види онова, което остава невидимо за него, но е видимо и позитивно за другия или другите. Подобно очакване може да се разглежда и като „изначално доверие" към другия субект. Вземането на политически решения на основата на делиберация поставя по нов начин проблема за политическата отговорност и води до по-справедливо разпределение на тази отговорност[72]. Осигуряването на възможност да се представят публично аргументи, оказва влияние върху вземането на решения посредством промяна на мнозинството или като се отдава заслужено внимание на аргументите на малцинството. По този начин се ограничава възможността за установяване на диктатура на мнозинството над малцинството. Делиберативната демокрация създава пространство, в което членовете на политическата общност се проявяват като субекти, които поставят на изпитание както своите аргументи, така и аргументите на другите. Това изисква всеки от членовете на общността да развива и обогатява своята политическа култура, като по този начин същевременно развива и обогатява демократичната култура на цялото общество. Разкрива се възможност за сериозно противодействие срещу негативните явления в условията на демокрацията, като например популизма и демагогията.

3. Политика и морал в информационното общество

В началото на XXI век глобалната криза е уникално интелектуално предизвикателство за експертите в различните научни области. В ситуацията на тази криза се откроява необходимостта да бъдат „свалени" бариерите между експертното говорене, защото кризата е и уникална проблемна ситуация. Едно от нейните предизвикателства е демонстрацията на изначалната свързаност на икономическото, политическото и етическото, на ценностния и рационалния избор в условията на един „оскъден" свят. Кризата променя интелектуалния фон, на който се открояват „модни" и работещи концепции, като същевременно провокира интереса към „ренесанса" на някои идеи. Важна роля в процеса на търсенето на нови ценностни основания за решаване на породените от глобалната криза проблеми има обръщането към философската традиция. Философията се намира в света и трябва да поддържа отношения с него. Именно в това отношение със света тя се доближава до политическата област, оказвайки се заедно с това „обгърната" от нея. Всъщност това, което човекът търси посредством философията е истината за света и себе си, но обикновено „волята за истина" бива ограничавана от „волята за власт". Въпреки това, политическият живот е възможен само на основата на „висшата" нравствено-комуникативна природа на човека, на удивителната му способност да бъде едновременно свободен и асоциран.

Под въздействието на информационните технологии в края на XX век започва осъществяването на съществени промени в политическите институции, във функционирането на властта, в динамиката на политическото пространство и време. В

[72] Фотев, Г. Граници на политиката. София: ЛИК, 2001, с. 298–299.

резултат на това метафизическото противоречие между необходимост и свобода получава конкретна форма: доколкото икономическата, научно-техническата, информационно-комуникативната подсистеми на обществото придобиват автономност, дотолкова социалните и политическите решения започват все по-често да се вземат на основата на вътрешната логика на развитие на тези системи, а не на основата на интересите на съвместно живеещите хора. Човешкото поведение все по-категорично се дистанцира от нормите, формирани на основата на морала, и става все по-зависимо от саморегулиращите се системи от типа „човек – машина". Практически във всички сфери на обществото човешкото мислене е подложено на тотална технологизация, в резултат на което се осъществява незабележима подмяна на личната отговорност със сляпо доверие в стандартното прилагане на универсализирани методи и операции, водещо до **деперсонализация на личността**.

В политическата философия се формира нова информационна парадигма, в центъра на която стои идеята за информацията като главен фактор в съвременния политически процес. Политическата парадигма е светогледна система, определяща ролята и значението на политическия човек (гражданина) в обществото, неговите отношения с държавата и политическата власт, границите на политическите му права и задължения. В началото на XXI век в политическата философия на преден план се извежда необходимостта от изследване на информационните ресурси на политическата власт, както и на характерния за информационното общество **конфликт** между „**политическия**" и „**икономическия**" човек.

Информационното общество създава нов „виртуален" свят, който променя мястото и ролята на човека в политиката. Основен проблем за съвременната политическа философия става решаването на въпроса „как се променя политическият човек под въздействието на виртуалните реалности"[73]. Антъни Гидънс и Зигмунд Бауман защитават песимистичната теза, че живеем в епоха на „криза и разпад на човешката и политическата идентичност". Виртуалният свят на средствата за масова информация разрушава „връзката във времето" и налагайки на човека сензациите на всекидневието, го принуждава да забрави за миналото, както и да не мисли за бъдещето. „**Човекът-гражданин**" от класическата епоха се превръща в „**човек-потребител**" от информационното общество. Породените от това проблеми не могат да бъдат решени нито чрез отричане, нито чрез опити за бягство от виртуалния свят. Само „анатомията на виртуалната деструктивност" е в състояние да разкрие как се променя човекът в политиката под въздействието на виртуалната реалност[74].

В условията на информационното общество човекът „престава да участва в това, което прави" и започва емоционално да живее в друго измерение. Всъщност тази констатация съществува още от времето на **Блез Паскал** (1623–1662), а днес човекът само продължава да се опитва да преодолее страха от смъртта, но като се

[73] Благоева, Б. Политическата философия в системата на политическите науки. // Политологията като наука и академична дисциплина. София: Стопанство, 2011, с. 76.

[74] Перифраза на известното изследване „Анатомия на човешката деструктивност" (1973) на Ерих Фром (Вж. Благоева, Б. Политическата философия в системата на политическите науки. // Политологията като наука и академична дисциплина. София: Стопанство, 2011, с. 76).

концентрира върху развлеченията. Проблемът е, че развлечението става все повсемогъщо и дори застава на мястото на Бога[75]. Както разкрива Хана Аренд в блестящия си анализ на тоталитаризма[76], „моралът като такъв" винаги е в опасност, когато „вярата в Бога, който ни е дал Десетте заповеди, вече не е сигурна". Когато развлечението заема централно място в света на човека, той започва да пренася случайността, дискретността, епизодичността и неангажиращия характер на възникващите във виртуалния свят отношения върху личните отношения между хората в реалния свят. **Антъни Гидънс** (1938) предупреждава, че такъв тип отношения не са стабилна основа за формиране на идентичността[77]. Според **Зигмунд Бауман** (1925) основно значение за разкриване на спецификата на човешката идентичност в епохата на постмодерна има понятието „вторично използване"[78].

Появата на понятието „идентичност" отразява определен проблем на самосъзнанието на човека. За идентичност започва да се говори тогава, когато липсва увереност в собствената принадлежност: човек не може или не знае как да убеди другите, че заема своето място в социума „по право". В този смисъл идентичността е критична проекция на това, от какво се нуждае един или друг индивид. Информационната революция обаче преобръща перспективата – първостепенно значение за човека вече има не идентификацията с групата, държавата или обществото, а стремежът да избяга от обществените връзки и взаимодействия. Човекът престава да търси самоутвърждаване в политиката, но опасността от подобен избор все още не се оценява адекватно. Всъщност „идентичност" означава именно принадлежност към определена човешка общност.

Можем **да обобщим**: *Първо,* въпросът за отношението между политиката и моралът е същевременно и въпрос за възможността на политическата етика като нормативна теория на политиката, т.е. като част от практическата философия, която с помощта на всеобщи принципи се стреми да обоснове представата за това, как трябва да се постъпва във всяка конкретна ситуация. *Второ,* проблемът за формулирането на принципи за справедливо и хармонично устройство на социума несъмнено е сред основните проблеми на нормативната теория за политиката. Решаването на въпросите, свързани с бъдещото развитие на обществото, както и с необходимостта от създаване на модел на общество, което е в състояние да се развива успешно, е невъзможно без тяхното съотнасяне с основните етически концепции и понятия като благо, свобода, индивидуални и колективни ценности, справедливост, човешки права. *Трето,* В съвременните условия политиката не трябва да се схваща само като „необходимо зло". Тя е и реално добро – защото цивилизова и ни предпазва от най-лошото в самите нас. Делиберативната демокрация, като въплъщение на диалогичната политика, не е съвършен

[75] Бегбедер, Ф. 99 франков. Москва, 2003, с. 201–202.

[76] Вж. Малинов, С. Хана Аренд за тоталитаризма и тоталитарния лидер. // Малинов, С. Консервативни опити. София: Св. Кл. Охридски, 2010, с. 157.

[77] Giddens, A. The Transformation of Intimasy. Cambridge: Polity Press, 1992, p. 58; 137.

[78] Зигмунд Бауман сравнява материалните носители на информация от епохата на модерността, които се използват еднократно и новите носители на информация от постмодерната епоха, позволяващи изтриване и презаписване. Той подчертава, че ако модерността е изградена от бетон и стомана, то постмодернът се изгражда от пластмаси (Вж. Бауман, З. От паломника к туристу. // Социологический журнал, 1995, № 4, с. 134).

механизъм на политическия живот. Все пак тя се оказва по-добра от другите модели на демокрация, защото категорично се противопоставя на парадигмата на монологизма, чиито разрушителни политически форми бяха тотално делегитимирани през XX век.

Заключение

Анализът на проблема за влиянието, което моралът оказва върху дейността на субектите в политиката, позволява да бъдат направени следните изводи:

Първо. Представите за това, какви са правата и задълженията на личността в обществото и как трябва да живее човекът съвместно с другите хора, се отнасят както до морала и неговата философия, така и до политиката и нейната философия. От морална гледна точка, човешкото измерение на политиката е субстанциално и универсално начало, в което са заложени границите на властта по отношение на личността. Но качеството на политическия живот зависи в много голяма степен от реалните човешки качества на участващите в него субекти. Отвъд всяка политическа технология винаги стои човекът, който поема отговорността за последиците от нейното прилагане. Това подчертава постоянно нарастващото значение както на индивидуалната етика, така и на колективната отговорност.

Второ. Обсъждането на справедливостта, като един от най-значимите проблеми на политическата философия, разкрива предимствата на идеята за делиберативна политика. В сферата на политиката справедливостта визира връзката на човека с другия човек, в която посредник са институциите. Делиберативната политика предоставя нови възможности за реализация на принципа на публичността в политическата сфера. Диалогът се оказва едно от най-ефективните средства за мирно регулиране на публичните отношения между хора с различни морални убеждения.

Трето. Моралът сам по себе си не движи политиката, но ако се игнорира неговото значение – политиката не може да бъде разбрана. Отношенията между политика, власт и морал обикновено се представят като йерархия, в която всяко от понятията може да има приоритет. Във философията най-често се дава предимство на морала, което от своя страна провокира въпроса дали моралът може и трябва да забранява практически действия, чиято целесъобразност е очевидна.

Използвана литература

1. Акерман, Б. Защо диалог? // Алтернативи на несвободата. Политическа философия. Пловдив: Пигмалион, 1998.
2. Бакунин, М. Государственность и анархия. т. 2, Санкт Петербург, 1907.
3. Баллестрем, К. Власть и мораль (основная проблема политической этики). // Философские науки, 1991, № 8.
4. Бауман, З. От паломника к туристу. // Социологический журнал, 1995, № 4.
5. Бегбедер, Ф. 99 франков. Москва, 2003.
6. Бердяев, Н. Аз и светът на обектите. // Бердяев, Н. Съчинения в шест тома, т. 5, София, 2006.
7. Бердяев, Н. За робството и свободата на човека. София: Св. Кл. Охридски, 1992.
8. Бердяев, Н. Предназначението на човека. София: Св. Кл. Охридски, 1994.
9. Бердяев, Н. Самопознанието. // Бердяев, Н. Съчинения в шест тома, т. 6, София, 2007.

10. Благоева, Б. Политическата философия в системата на политическите науки. // В: Политологията като наука и академична дисциплина. София: Стопанство, 2011.
11. Вебер, М. Ученият и политикът. София, 1993.
12. Вейл, Е. Политическа философия. София: Критика и хуманизъм, 2005.
13. Видева, Н. Девет лекции по история на етиката. София: КОТА, 2005.
14. Гегель, Г. Энциклопедия философских наук, т. 3. Москва, 1977.
15. Градев, В. Политика и спасение. София: Изток-Запад, 2005.
16. Денкова, Л. Етика. София: НБУ, 2003.
17. Димитрова, М. Социалността и справедливостта. София, 2009.
18. Драмалиева, В. Справедливостта в етиката и бизнес етиката. София: Сиела, 2001.
19. Знеполски, И. Пол Рикьор: война и (или) мир в Републиката на философите и на хората. // Пол Рикьор. Философията пред предизвикателствата на промените. София, 1998.
20. Игнатов, А. Ценностна промяна и ценностни конфликти в процеса на трансформация. // Философски алтернативи, 2006, № 5.
21. Какабадзе, З. Человек как философская проблема. Тбилиси, 1970.
22. Кант, И. Към вечния мир. София: БАН, 1993.
23. Кант, И. Отговор на въпроса: „Що е просвещение?" // Философска мисъл, 1984, № 12.
24. Кант, И. Религията в границите на самия разум. София, 1997.
25. Лок, Дж. Два трактата за управлението. София: ГАЛ-ИКО, 1996.
26. Малинов, С. Консервативни опити. София: Св. Климент Охридски, 2010.
27. Найденов, Н. Публика и политика: въведение в политическата антропология на модерността. София: Св. Климент Охридски, 2008.
28. Паси, И. Николай Бердяев. Опит за философски портрет. София, 2001.
29. Пенев, В. Политическата система на Дания. София: Парадигма, 2004.
30. Платон, Държавата. София: Наука и изкуство, 1981.
31. Радев, Р. Антична философия. Стара Загора, 1994.
32. Рикер, П. Герменевтика. Этика. Политика. Московские лекции и интервью. Москва, 1995.
33. Ролс, Дж. Справедливостта като честност: политическа, а не метафизическа. // В: Американската философия на 20 век. София, 1995.
34. Рубинщейн, С. Проблемы общей психологии. Москва, 1976.
35. Сотирова, Д. Бизнес етика. София: НБУ, 2009.
36. Тодоров, Х. Работа върху понятията. София: НБУ, 2011.
37. Фотев, Г. Граници на политиката. София: ЛИК, 2001.
38. Фотев, Г. Ценности срещу безпорядък. София: Изток-Запад, 2009.
39. Хобс, Т. Левиатан. София: Наука и изкуство, 1970.
40. Штраус, Л. Введение в политическую философию. Москва, 2000.
41. Енциклопедия на политическата мисъл – Блекуел. Справочник. София: Център за изследване на демокрацията, 1997.
42. Castoriadis, C. Philosophy, Politics, Autonomy. Oxford University Press, 1991.
43. Etzioni, A. The New Golden Rule. Community and Morality in a Democratic Society. New York, 1996.
44. Giddens, A. The Transformation of Intimasy. Cambridge: Polity Press, 1992.

45. Habermas, J. The Inclusion of the Other. Studies in Political Theory. Massachusetts, 1998.
46. Kraut, R. Aristotle. Political Philosophy. Oxford, 2002.
47. Merquior, J. G. Rousseau and Weber. Two Studies in the Theory of Legitimacy. London, Boston and Henley: Routledge & Kegan Paul, 1980.
48. Rawls, J. Lectures on the History of Moral Philosophy. London, 2000.
49. Rawls, J. The Idea of Public Reason Revisited. // Rawls, J. Collected Papers. London, 1999.
50. Strauss, L. Natural Right and History. Chicago: The University of Chicago Press, 1953.
51. Taylor, C. Sources of the Self. The Making of the Modern Identity. Cambridge University Press, 1989.

POLITICS AND MORALITY

Assoc. Prof. Dr Stoyanka Georgieva

Abstract

In the study there is defended the thesis of the existence of an immanent connection between the issues of the political and the moral philosophy. The scientific analysis of politics should not be restricted to the highly-specialized characterization of the structure and functions of the political mechanism. It must include a study of „the human dimension" of politics and of the influence, which politics exerts on the other forms of human activity. The political system is put in motion both by the need for orderliness of the social world of man, and by the need for justice in the organization of human relations. In the political sphere there is a constant movement from political interests, which are on the surface and can be explained, towards the values of the cultural tradition, towards the picture of the world of politics in its orderliness and specific character. The raising of the issue of the relation between politics and morality reveals their partial coincidence, relative unity and comparative autonomy.

POLITIK UND MORAL

Doz. Dr. Stoyanka Georgieva

Zusammenfassung

In der Studie wird die These verteidigt, dass zwischen den Problemen der politischen und der Moralphilosophie ein immanenter Zusammenhang besteht. Die wissenschaftliche Untersuchung der Politik darf nicht auf die eng spezialisierte Beschreibung der Struktur und der Funktionen des politischen Mechanismus beschränkt werden. Hinzu kommen muss auch die "menschliche Dimension" der Politik und ihrer Wirkung auf andere Formen menschlicher Aktivitäten. Das politische System wird sowohl durch die Notwendigkeit einer Ordnung der sozialen Welt des Menschen als auch durch den Bedarf an Gerechtigkeit in der Ordnung der zwischenmenschlichen Beziehungen in Bewegung gesetzt. In der Politik findet immer eine Bewegung statt: von politischen Interessen, die auf der Oberfläche und einfach erklärbar sind, hin zu den Werten der Kulturtradition, zum Weltbild der Politik in dessen Komplexität und Spezifik. Die Darstellung des Problems der Beziehung zwischen Politik und Moral zeigt deren teilweise Übereinstimmung, deren relative Einheit und Autonomie.

ПОЛИТИКА И МОРАЛЬ

Доц. д-р Стоянка Георгиева

Резюме

В настоящей разработке утверждается мнение о существовании имманентной связи между проблемами политической и моральной философии. Научный анализ политики не следует ограничивать до узкоспециализированной характеристики структуры и функций политического механизма. Он должен включать исследование „человеческого измерения" политики и того влияния, которое политика оказывает на остальные формы человеческой деятельности. Политическую систему приводят в движение как необходимость упорядоченности социального мира человека, так и потребность в справедливости организации человеческих отношений. В политической сфере постоянно совершается движение от политических интересов на поверхности, которые можно объяснить, к ценностям культурной традиции, к картине мира политики в ее системности и специфике. Постановка проблемы соотношения между политикой и моралью раскрывает их частичное совпадение, относительное единство и некоторую автономность.

С ъ д ъ р ж а н и е