



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ИКОНОМИЧЕСКИ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ВАРНА



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ ЗА  
ИНТЕЛИГЕНТЕН РАСТЕЖ

ИКОНОМИЧЕСКИ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ВАРНА



# СТУДЕНТСКА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ – 2018

Сборник с доклади

Проект BG05M2OP001-2.009-0036

„Инвестиции в обучението на студенти, докторанти, постдокторанти и преподаватели – гарант за по-добро бъдеще“, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ 2014 – 2020, съфинансирана от Европейски социален фонд  
[www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg)



СТЕНО®

Икономически университет – Варна

**СТУДЕНТСКА  
НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ – 2018**

*Сборник с доклади*



Варна, 2018

Конференцията се организира в рамките на Дейност 7 „Организиране на национални и международни научни форуми за разпространение на научната продукция на докторанти, постдокторанти и преподаватели“ на проект BG05M2OP001-2.009-0036 „Инвестиции в обучението на студенти, докторанти, постдокторанти и преподаватели – гарант за по-добро бъдеще“.

Проектът се осъществява в рамките на Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ 2014 – 2020 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове.

От 3 до 27 април 2018 г. в Икономически университет – Варна, се проведе годишният Преглед на студентската научна дейност.

На 15 май 2018 г. петнадесет студентски доклада, излъчени от различните секции, бяха изнесени на Студентска научна конференция, проведена в Икономически университет – Варна.

В този сборник публикуваме изнесените доклади.

Авторите носят пълна отговорност за авторството си, за оригиналността, както и за грешки, допуснати по тяхна вина.

## **Студентска научна конференция – 2018**

*Сборник с доклади*

Copyright © Икономически университет – Варна, 2018

Предпечат и печат Издателска къща СТЕНО – Варна

ISSN 1313-9029

# Съдържание

1.	<b>Елена Манолова Атанасова, Сияна Димитрова Димитрова</b> Бъдещето на директните продажби в условията на омниканална търговия.....	5
2.	<b>Димо Вълков Загорчев</b> Равнище и динамика на подпомагането в аграрния сектор.....	13
3.	<b>Мария Илъинична Кихайогло</b> Състояние и развитие на въздушния транспорт на Република България и Република Молдова.....	20
4.	<b>Женета Денкова Рачева</b> Счетоводни и данъчни аспекти на търговските сделки със стоки (по примера на „Карпет енд Море“ ЕООД – гр. Силистра).....	26
5.	<b>Адриан Атанасов Калчев</b> Особености при отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите в растениевъдството (по примера ЕТ „Янакиев-Митко Янакиев“ гр. Ямбол).....	33
6.	<b>Катрин Светославова Петрова</b> Подобряване условията на труд с европейски средства (на примера на строителна фирма „САВ-Разград“ ООД).....	39
7.	<b>Александра Пламенова Колева</b> Състояние и тенденции на иновациите в медицината в България.....	45
8.	<b>Теодора Георгиева Христова</b> Изследване на пазара на жилищни имоти в град Варна.....	52
9.	<b>Надежда Димитрова Монева, Пламена Иванова Сутева</b> Проект за разработване на нов продукт.....	60
10.	<b>Ивайло Димитров Димитров, Слави Димитров Димитров</b> Lander – превърни земеделieto в детска игра.....	68
11.	<b>Стефани Пламенова Добрева, Йоана Пламенова Добрева</b> Влияние на европейските фондове върху българската икономика.....	77
12.	<b>Михаил Емилов Димитров</b> Върховенството на закона – двигател на просперитета.....	89
13.	<b>Ева Стоянова Ангелова</b> Хисаря – успешна туристическа дестинация.....	96

14. **Габриела Димитрова Колева**  
Моделът на растеж на Солоу – оценка на  
общата факторна производителност в България ..... 105
15. **Таня Венциславова Андреева, Самуил Петрунов Рачев,**  
**Николай Алексиев Павлов**  
Иновации.бг – същност и анализ на индикаторите за  
периода 2015 – 2017 г. .... 114

# Бъдещето на директните продажби в условията на омниканална търговия

Елена Манолова Атанасова  
Сияна Димитрова Димитрова

*Катедра „Икономика и управление на търговията“  
Специалност „Икономика на търговията“  
Икономически университет – Варна*

**Н**овите информационни и комуникационни технологии променят възможностите за общуване и са в основата на създаването на нови форми на търговия. Традиционните и онлайн продажби взаимно се допълват и проникват една в друга. Клиентите използват различни комуникационни средства на етапите за вземане на решение за покупка, което въвежда продажбите в ерата на омниканалната търговия. Цифровизацията променя технологията за осъществяване на различните видове продажби, включително директните.

Цел на настоящия доклад е да се изследват директните продажби в условията на омниканална търговия на примера на фирмите „Avon“ и „Oriflame“ и да се изведат тенденциите за бъдещото им развитие. В първа и втора точка са изяснени същността на директните продажби и омниканалната търговия. В трета точка са представени исторически данни за разглежданите фирми, в четвърта е направен сравнителен анализ на директните и електронните продажби в стоковата група парфюмерийни стоки, а в заключението са изведени основни насоки за бъдещо развитие на директните продажби в условията на дигитализация.

## 1. Същност на директните продажби

Концепцията за директния маркетинг се появява вследствие на нуждата от обогатяване на стратегията за директни продажби с оглед потребностите на определени групи потребители. Терминът „директен маркетинг“ е въведен от Лестър Вундерман.<sup>1</sup> Според него това е дългосрочна стратегическа дейност, чието ръководство се извършва от висшия мениджмънт на компаниите. Като подсистема на маркетинга, директният маркетинг допълва теорията на класическия маркетинг. За разлика от традиционните продажби, които предполагат използването на представители по продажбите на работещи на трудов договор към фирмите или търговски посредници, директният маркетинг изгражда преки взаимоотношения с помощта на потребители-консултанти с избрана ауди-

<sup>1</sup> Вж. <https://www.tbmagazine.net/statia/direktniyat-marketing-namira-vse-po-chesto-prilozhenie-v-kampaniite-na-blgarskite>

тория. Той се стреми да предизвика очаквана реакция у потребителите, която е количествено измерима, като например: запитване, поръчка по телефона или пощата, лично посещение на консултант, покупка. В икономически смисъл това се тълкува като основна цел на продажбите „лице в лице“.

Директните продажби са маркетингов инструмент, който използва клиенти в качеството на консултанти за персонални продажби на други крайни клиенти. Това е комуникативен процес между консултанти и потенциални потребители, чиято задача е да открива незадоволени потребности и начини за тяхното удовлетворяване. Консултантското предлагане на продукти притежава гъвкавост и свобода при представянето им. Тази форма на търговия предлага редица предимства както за търговските представители, така и за купувачите. Ползите за търговците, извършващи директни продажби, могат да се обобщят в следните основни направления:

- ◆ гъвкаво работно време;
- ◆ възможност за по-широки социални контакти;
- ◆ възможност за осъществяване на търговска дейност, без инвестиция в материално-техническа база.

За клиентите предимствата са:

- ◆ възможност за тестване на продукти;
- ◆ индивидуално консултиране;
- ◆ персонално обслужване в удобно за клиента време;
- ◆ доставка до удобно за клиента място.

Осъществяването на директни продажби е сложен процес, тъй като изисква компетентност, информираност и лични качества (комуникативност, обща, вкл. езикова култура, способност за убеждаване, деликатност, приветливост, добра визия и други).

## 2. Същност на омниканалната търговия

В наши дни бурното развитие на информационните технологии създава среда за развитие на електронен обмен, електронни транзакции и води до появата на електронната търговия. Тя е съвкупност от динамични технологии, софтуерни приложения и електронен обмен на информация, сключване на сделки за стоки и услуги.<sup>2</sup> В съвременната търговия на дребно вниманието на търговците е насочено към онлайн конкуренцията.

Днес потребителите търсят бърз, лесен, разнообразен и информиран достъп до различни канали за осъществяване на покупка. Електронната търговия непрекъснато еволюира, появява се т. нар. мултиканална търговия<sup>3</sup>, а днес наблюдаваме развитието на омниканалната търговия. Последната по своята същност е обединяване на всички познати канали в единен универсален канал за реализация на стоки и услуги. От тази гледна точка търго-

<sup>2</sup> Закон за електронната търговия – <https://www.lex.bg/bg/mobile/ldoc/2135530547>

<sup>3</sup> <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/SJME-03-2018-008>

вците се стремят да предложат на своите клиенти мултиканална среда при осъществяване на всички етапи на процеса за вземане на решение за покупка.<sup>4</sup> Мултиканалността на средата се изразява в насочване на вниманието на потребителя, създаване на интерес у него, информираност, извършване на плащането и доставка на избрания продукт чрез използване на различни информационни средства.

Целта на навлизащата в търговския бизнес омниканалност е да предостави на потребителите си удовлетвореност по отношение на:

- ◆ достъп до информация;
- ◆ големи възможности за избор на желаната стока или услуга;
- ◆ възможности за сравняване на стоките, представяни в различните средства за рекламиране и офериране;
- ◆ удобство при покупките – извършване на поръчките и осъществяване на трансакциите;
- ◆ спестяване на време при осъществяване на покупки;
- ◆ възможност за реализиране на покупка 24/7.

Основната задача на омниканалната търговия е всички канали за комуникация да изпълняват своите функции непрекъснато, едновременно и безпроблемно в процеса на реализация на продуктите.

### 3. История на компаниите „Avon“ и „Oriflame“

Козметичните представители „Avon“ и „Oriflame“ са сред водещите фирми, търгуващи чрез метода на директните продажби. В настоящата разработка като обект на изследване са избрани тези представители на бизнеса, тъй като са основни конкуренти помежду си в света и в България, успешно поддържат пазарното си присъствие и променят своя модел на продажби, спрямо завладяващата отрасъла дигитализация. Двете компании са направили „прохождащи“ стъпки в ерата на омниканалната търговия.

Avon България е част от американската компания Avon International Operations Inc. В България компанията навлиза през 1999 г. и насочва вниманието си изцяло върху директната форма на продажба. Основната ѝ дейност включва внос, продажба, маркетинг и дистрибуция на козметични продукти, тоалетни принадлежности и парфюмерия. В продуктовото си портфолио предлага три категории продукти – продукти за красота, мода и продукти за дома. Avon позиционира продуктите си в средния ценови диапазон и се насочва към клиенти на възраст 35 – 45 години. Една от целите, които си поставя дружеството, е да привлече по-млади потребители чрез достъп до фирмения каталог през онлайн източници.

---

<sup>4</sup> <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=e47b0f8f-959d-41a9-bcb0-8f56208c32aa%40sessionmgr4007>



В България участващите в директни продажби наброяват над 40 000 души, което се дължи на използването вместо традиционна магазинна мрежа на мрежа от консултанти<sup>5</sup>. В наши дни „Avon“ е световен лидер в директните продажби на козметични продукти, като оперира в 150 страни на пет континента, има мрежа от над 5 милиона представители и над 1 милиард клиенти. 85% от продуктите за красота се произвеждат в собствени фабрики, а останалите 15% са възложени на външни изпълнители. През 2014 г. „Avon“ реализира дигитална стратегия, която включва присъствие в социалните мрежи. Клиентът може да направи поръчка за покупка през уебсайта на компанията, която впоследствие се прехвърля към най-близкия представител в района. С този хибриден подход фирмата цели да обогати директните продажби, които са традиционни за нея.

Шведската компания „Oriflame“ разполага с представителства в 63 държави на четири континента. Навлиза на българския пазар през 1994 г. Регистрирана е като еднолично дружество с ограничена отговорност, с предмет на дейност производство и продажба на козметика. Продуктите се произвеждат в пет собствени фабрики и чрез няколко подизпълнители. Още от създаването си фирмата залага на висококачествено производство на козметични продукти и разпространяването им до крайните потребители по метода на директните продажби чрез каталог, осъществявани от независими консултанти. Техният брой възлиза на около 20 000 души на територията на България. Целта на Oriflame е да задоволява нуждите на голям сегмент потребители с качествени стоки на средно високи цени. През 2011 г. с цел да улесни клиентите си компанията открива Фейсбук магазини и разработва онлайн представянето си с приложения за iOS и Android.

#### **4. Развитие на директните и онлайн продажби на козметични продукти в България за периода 2012 – 2016 г.**

През разгледания петгодишен период се наблюдава възходящо развитие на директната форма на продажби в България. Предмет на настоящото изследване представлява развитието на продажбите „лице в лице“ и онлайн продажбите на козметични продукти. Средният темп на развитие на директните продажби за разглеждания период възлиза на 1,029 или 102,9%, а на интернет продажбите – 1,086 или 108,6%. Това показва положителна тенденция в развитието им, при условие че всички действащи фактори ще запазят своето влияние непроменено (вж. табл. 1 и табл. 2). Така направените изчисления сочат, че развитието на интернет пазаруването изпреварва продажбите, реализирани директно, с 5,7%. Разликата между темповете на ръст в двете форми на продажба на козметични продукти е значително по-малка в сравнение с общите темпове на развитие на електронната и традиционната търговия на дребно в страната. Причината за последното може да се търси в мястото и ролята на персоналната продажба,

---

<sup>5</sup> <http://www.avoncompany.com/aboutavon/index.html>

доверието, което клиентите имат към нея, потребността от консултация при покупката на козметични продукти. Това е така, защото потребителите разглеждат покупките на козметика като част от свободното време.

**Таблица 1.** Директни продажби на козметични продукти в България за периода 2012 – 2016 г.

Периоди	Директни продажби общо (млн. лв.)	Директни продажби на козметични продукти (млн. лв.)	Дял на козметичните продукти от общите директни продажби (%)	Среден темп на развитие на директните продажби на козметични продукти
2012	121,7	75,6	62,12	T̄ = 1,029 или T̄ = 102,9%
2013	125,4	79,1	63,08	
2014	142,9	80,5	56,33	
2015	151,3	81,8	54,06	
2016	161,2	85,0	52,73	

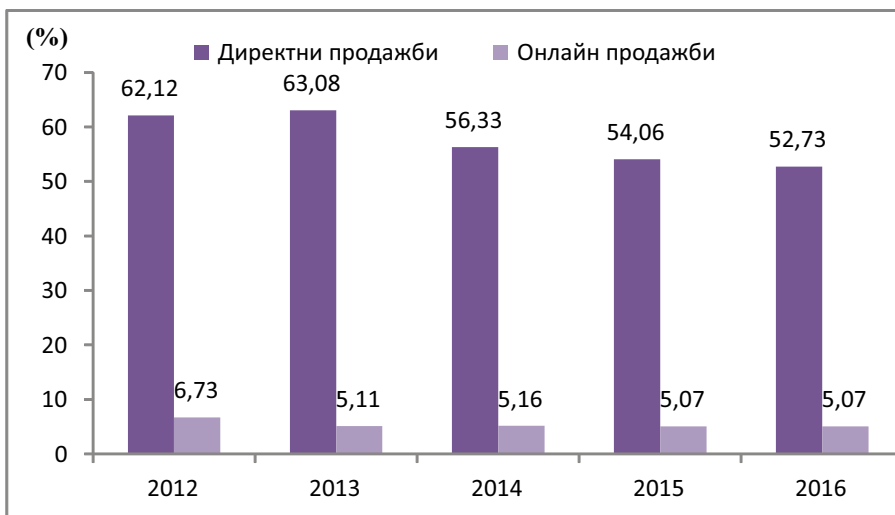
Източник: Euromonitor и собствени изчисления на авторите

**Таблица 2.** Онлайн продажби на козметични продукти в България за периода 2012 – 2016 г.

Периоди	Онлайн продажби общо (млн. лв.)	Онлайн продажби на козметични продукти (млн. лв.)	Дял на козметичните продукти от общите онлайн продажби (%)	Среден темп на развитие на онлайн продажбите на козметични продукти
2012	268,8	18,1	6,73	T̄ = 1,086 или T̄ = 108,6%
2013	371,8	19,0	5,11	
2014	410,9	21,2	5,16	
2015	459,8	23,3	5,07	
2016	497,4	25,2	5,07	

Източник: Euromonitor и собствени изчисления на авторите

От представените данни за изследвания период се вижда, че в процентно изражение от общия дял на директните продажби козметичните продукти намаляват своята част с 9,39%. Онлайн продажбите на козметика също бележат спад с 1,66% през 2016 г. спрямо 2012 г. (вж. фиг. 1). Спадът в продажбите на този тип продукти, според нас, се дължи на спецификата на предлаганите стоки. Продуктите за красота изискват да бъдат представени и тествани преди крайното решение за покупка. Друга причина е разнообразяването на онлайн предлагания асортимент и навлизането на нови продуктови групи (например през последните 5 години в България навлиза и рязко нараства онлайн продажбата на хранителни стоки). Козметичните лидери разработват широк асортимент от стоки извън линиите си за красота.



**Фигура 1.** Относителен дял на козметичните продукти в общия размер на директните и онлайн продажби (%)

От данните, с които разполагаме, се вижда, че „Avon“ реализира увеличение на приходите си от директни продажби, за разлика от „Oriflame“, които до 2014 г. бележат спад. През следващите две години от разглеждания период, компанията успява да подобри състоянието си. По-добре позиционираната фирма на българския пазар е „Avon“, с пазарен дял 37,8%, спрямо 13,9% на фирмата конкурент в края на 2016 г. (вж. табл. 3).

**Таблица 3.** Темп на изменение на пазарния дял на „Avon“ и „Oriflame“ в България през периода 2012 – 2016 г.

Периоди	Приходи от продажби на „Avon“ (хил. лв.)	Пазарен дял на „Avon“ (%)	Приходи от продажби на „Oriflame“ (хил. лв.)	Пазарен дял на „Oriflame“ (%)	Темп на изменение на пазарния дял на „Avon“	Темп на изменение на пазарния дял на „Oriflame“
2012	40997	37,9	18828	18,7	T̄ = 0,999 или T̄ = 99,9%	T̄ = 0,928 или T̄ = 92,8%
2013	44399	38,3	17084	18,0		
2014	47533	40,9	15942	14,9		
2015	47953	39,0	16393	14,0		
2016	49501	37,8	17419	13,9		

Източник: Euromonitor и собствени изчисления на авторите

Пазарният дял на „Avon“ е с лидерска позиция в глобален аспект. Това се дължи на по-доброто позициониране на фирмата и присъствието ѝ в повече държави по света. За българския пазар, според нас, присъствието е обосновано по-високо спрямо това на разглеждания конкурент, поради:

- ◆ ценовия диапазон, в който е позиционирана компанията;
- ◆ насоченост към по-платежоспособен сегмент от потребители;

- ◆ по-голяма мрежа от консултанти;
- ◆ по-богато продуктово портфолио;
- ◆ по-често обновяван каталог.

При вземането на решение за покупка на козметичен продукт потребителят преминава през пет етапа, като на всеки един от тях може да използва няколко комуникационни канала.

**Таблица 4.** Процес на директна и омниканална покупка на козметични продукти<sup>6</sup>

	Осъзнаване на необходимостта от козметичен продукт	Търсене на информация	Сравнение на алтернативи	Решение за покупка	Дейности след продажбата
Централен офис (test-make up office)		**	*	**	**
Домашно или офис посещение	*	*	**	**	**
Електронен магазин	**	*	*	**	**
Мобилно приложение	*	*	*	**	**
Социални мрежи, блогове, приятели	*	*	*	**	**

В таблица 4 са показани разнообразни алтернативи, от които потребителят може да се възползва през различните етапи на процеса на вземане на решение за покупка на козметични продукти. При класическата директна форма на продажба почти всички етапи на процеса протичат при личната среща с консултант, а при омниканалния модел клиентът има възможност да се възползва от различни точки на достъп с търговеца, както и да интегрира няколко от тях. Това налага персоналната продажба да претърпи трансформация в две направления:

- ◆ първо – при търсенето на информация на клиентски запитвания да отговаря софтуер, изкуствен интелект (chatbot);
- ◆ второ – улеснен достъп за поръчка чрез електронни магазини и мобилни приложения.

В тази връзка производителите трябва да начертаят ясна дигитална стратегия, която да не предизвика конкуренция между личните консултанти и онлайн магазините им. Уникалността на директните продажби е в предаването на доверие от личния контакт с фирмен представител, което е в основата на успеха на „Avon“ и „Oriflame“.

## Заклучение

Омниканалната търговия е средата, в която се развива маркетингът на всяка модерна фирма от гледна точка на продажбите. Представянето на нови продукти по този начин е ефективно и ефикасно. От голямо значение е въз-

<sup>6</sup> \* – омниканална среда, \* – персонална комуникация с консултант.

можността за онлайн поръчка и продажба на продуктите. Бъдещите тенденции за развитие на търговията са насочени към по-голямо уеб присъствие на компаниите. Предимствата от интегрирането на различни канали за реализация на продуктите се определят от развитието на цифровизацията, от използването на интернет за комуникативност, универсалност и глобалност. Водещи цели на е-търговията е да улесни контакта между потребител и търговец, да задоволи клиентското търсене на информация и да предложи разнообразен избор. Мобилната търговия подпомага бързия достъп до електронни магазини и улеснява разплащането с продавача. Модерните начини за пазаруване налагат традиционната форма на търговия непрекъснато да се усъвършенства.

В днешно време, в условията на икономическа дигитализация, за фирмите е от изключителна важност да задържат позициите си на пазара и да предлагат стоките си по удобен за потребителите начин. Използването на омникална търговия позволява привличането на повече потребители, отколкото при традиционната директна продажба. Основните препоръки към „Avon“ и „Oriflame“ са именно в тази насока. За двете компании е в ход „цифрова“ стратегия, която е необходимо да се обогати с по-голям мобилен компонент. Това ще спомогне за желанието на фирмите да привлекат потребителски кръг сред по-младите. Въвеждането на мобилни и уеб приложения, като допълнителна възможност за поръчка или за установяване на контакт с консултант ще улесни лоялните клиенти в пазаруването, като ще подпомогне срещата с представител. Именно там е силата на омниканалността – в предаването на доверие от потребител на потребител, използване на социални мрежи и уеб приложения.

Различните форми на търговия ще продължат да се развиват, като във виртуалното си съществуване в 21 век бизнесът трябва бързо и смело да се адаптира към новите тенденции.

### **Използвана литература:**

1. Димитрова, В., Желязкова, Д., Стоянов, М., Гроздева, Д. „Управление на продажбите“. Варна: Унив. изд. Наука и икономика, 2011.
2. Маринов, Кр. „Директен маркетинг“. София: Унив. изд. Стопанство, 2011.
3. Данчев, Д. „Съвременни измерения на глобалната търговия на дребно“ / сб.: Търговският и туристическият бизнес в условия на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Академично издателство „Ценов“ – Свищов, 2016, с. 21–52.
4. Данчев, Д. „Мобилната търговия – концептуална рамка и приложни проекции“ / сб.: Омникална търговия и иновации. Издателски комплекс-УНСС, София, 2016, с. 130-138.
5. <http://www.portal.euromonitor.com>, посетен на 15.03.2018.
6. <https://www.emeraldinsight.com>, посетен на 30.04.2018.
7. <http://web.a.ebscohost.com>, посетен на 02.05.2018.
8. <http://brra.bg>, посетен на 27.03.2018.
9. <http://www.avon.bg/>
10. <http://www.oriflame.bg>
11. <http://www.capital.bg>

# Равнище и динамика на подпомагането в аграрния сектор

Димо Вълков Загорчев  
*Катедра „Аграрна икономика“  
Специалност „Аграрен бизнес“  
Икономически университет – Варна*

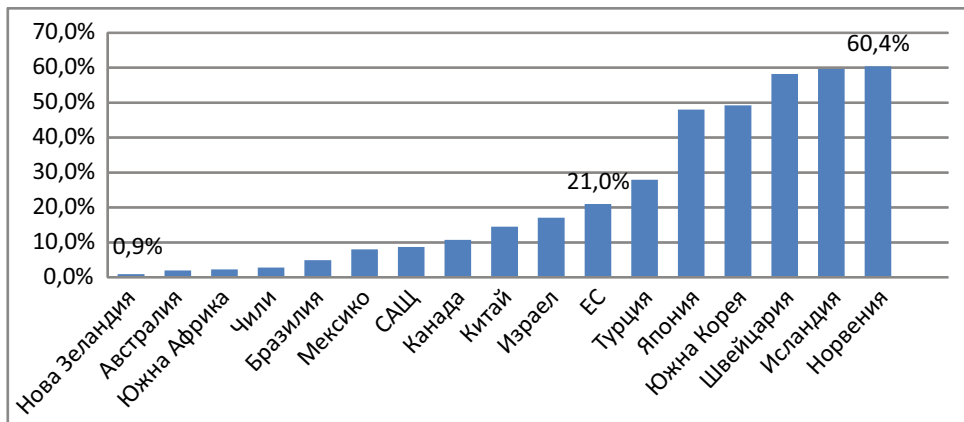
**В** настоящите условия на постоянно нарастващо население в света основен остава въпросът с неговата прехрана и продоволствие. Аграрният сектор е именно секторът, който трябва да осигури храна за всички хора. Въпреки огромното търсене на аграрни стоки има възможност секторът да не успява да предлага необходимото количество храни, което да покрие нарастващото търсене. Тука идва и ролята на държавата, която осигурява подпомагане за аграрния сектор най-често под формата на субсидия.

Правното дефиниране на понятието „зеделски субсидии“ дефинира субсидията за селското стопанство като правителствена субсидия, изплащана на земеделските стопани и агробизнеса, които допълват доходите си, управляват доставките на селскостопански стоки и оказват влияние върху цената и предлагането на такива стоки.<sup>1</sup> От друга страна, Съвместният икономически комитет, който проучва федералната субсидийна програма на САЩ, определя субсидията като награда за публичния сектор, която пряко променя относителните цени в частния сектор.<sup>2</sup>

След като установихме, че държавата осигурява подпомагане чрез субсидирането и дефинирахме понятието „зеделски субсидии“, следва да определим как ще изследваме субсидирането. За да бъде възможно сравнението между различните държави, е необходимо да изберем метод, който да позволява да съпоставяме субсидирането в различните краища на света. Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) дава отговор на този въпрос. Основният показател, използван от ОИСР, оценява подпомагането за производителите, като изчислява процентното отношение между плащанията от страна на държавата към селскостопанските производители на входа на стопанствата и реализираните от тях брутни приходи. На фиг. 1 са показани именно стойностите на този показател за различни страни през 2016 г.

<sup>1</sup> Karnik, Ajit; Lalvani, Mala (1996). „Interest Groups, Subsidies and Public Goods: Farm Lobby in Indian Agriculture“. *Economic and Political Weekly*. 31 (13): 818–820. (<https://goo.gl/oei2K5>)

<sup>2</sup> Roeland. A Bosch, *The Economics of agricultural subsidies*, 1985 Wageningen.



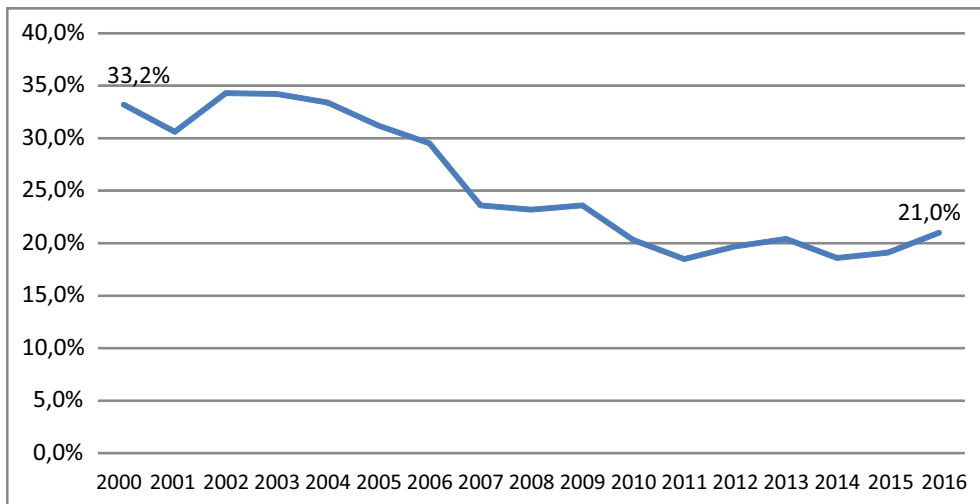
Фиг. 1. Ниво на подпомагане в аграрния сектор по страни през 2016 г.<sup>3</sup>

Както се забелязва на фигурата по-горе, съществува голяма разлика между различните страни по света. Най-голяма е степента на подпомагане в Норвегия, където 60,4% от брутните доходи на земеделските стопани идват под формата на субсидии от страна на държавата. В другата крайност пък се намира Нова Зеландия, където подпомагането почти не съществува и е в размер от 0.9%. Тези две държави обаче не са държави със силно аграрно производство и следва да проследим подпомагането в такива държави. Пример за такива страни са САЩ и държавите от ЕС, където подпомагането е 21,0% за държавите членки на ЕС, а щатските фермери получават субсидии в размер на 8,7% от техните брутни доходи.

Важен въпрос е не само степента на подпомагане през конкретния период, а и каква е динамиката във времето. На фигура 2 можем да проследим как се е променило подпомагането за евро фермерите през последните 17 години. Подпомагането на стария континент се понижило с 12,2% от 2000 до 2016 година, като средно годишното изменение е в размер на 0,76% в отрицателна посока.

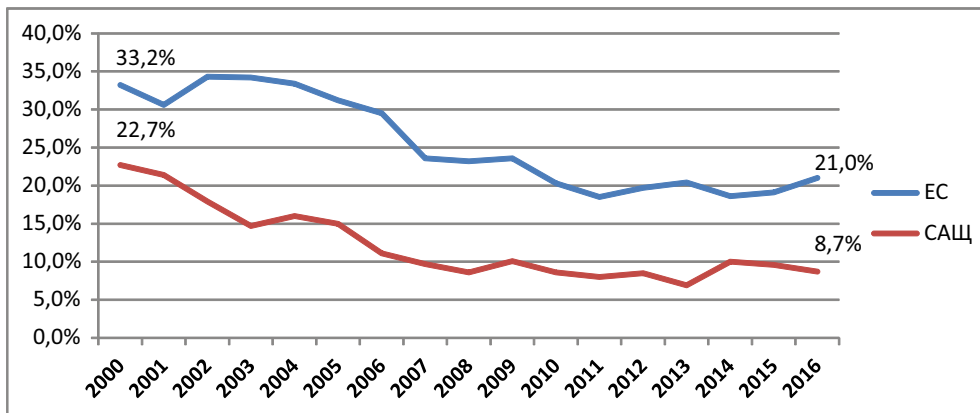
Както се забелязва на фигурата, тенденцията е подпомагането за европейските фермери да продължи да намалява. Ако проследим линията, се забелязва, че през различните години тя търпи колебания в известна степен, но въпреки това динамиката сочи, че в дългосрочен план подпомагането се изменя в посока намаление.

<sup>3</sup> ОИРС, <http://www.compareyourcountry.org/support-for-agriculture?cr=AUS&lg=en&page=2&visited=1>



**Фиг. 2.** Тенденции при подпомагането в аграрния сектор в ЕС за периода 2000 – 2016 г.<sup>4</sup>

По същия начин стоят и нещата в САЩ. Степента на подпомагане за американските фермери през 2000 г. е била 22,7%, а през 2016 г. тя е достигнала нива от 8,7%. През 2016 г. подпомагането в САЩ се е намалило с 14% спрямо началото на 21. век. Друго, което можем да отбележим, е, че темпът, с който намалява подпомагането в САЩ спрямо това в ЕС, е малко по-голям. Средно годишно за периода 2000 – 2016 г. подпомагането за щатските земеделци е намалявало с 0,88% или с 0,12% повече, отколкото това за фермерите в ЕС (виж фиг. 3).



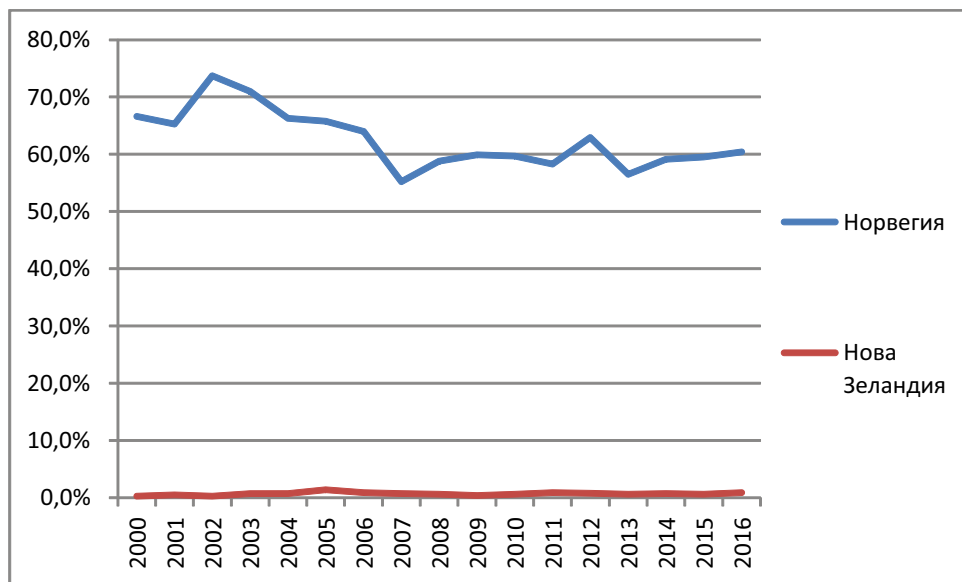
**Фиг. 3.** Степен на подпомагане в аграрния сектор в ЕС и САЩ за периода 2000 – 2016 г.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> ОИРС, <http://www.compareyourcountry.org/support-for-agriculture?cr=AUS&lg=en&page=2&visited=1>

<sup>5</sup> ОИРС, <http://www.compareyourcountry.org/support-for-agriculture?cr=AUS&lg=en&page=2&visited=1>



Въпреки че по-рано споменахме, че държави като Норвегия и Нова Зеландия не са страни с интензивно аграрно производство, е важно да проследим каква е динамиката при тяхното подпомагане, тъй като те са в двете крайности, т.е. държавата с най-голямо и държавата с най-малко подпомагане в аграрния отрасъл (виж фиг. 4).

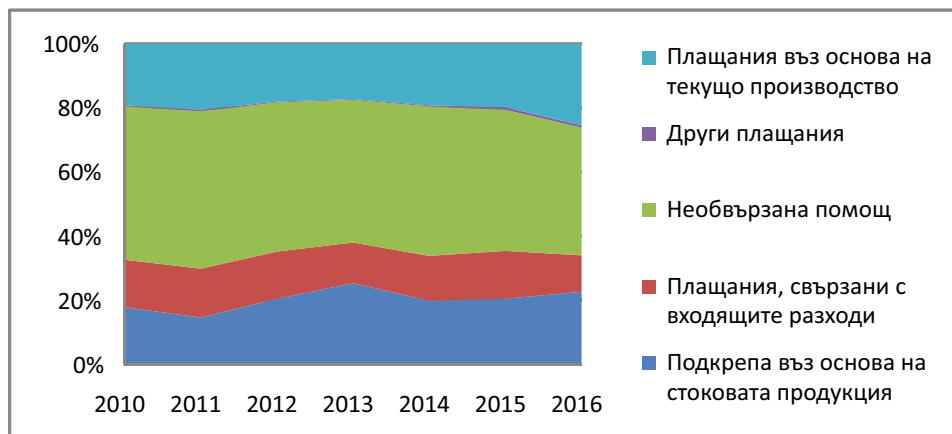


**Фиг. 4.** Степен на подпомагане в аграрната сфера в Норвегия и Нова Зеландия за периода 2000 – 2016 г.

Както се забелязва на фиг. 4, линията на подпомагането в Нова Зеландия е почти права и измененията в тази област в страната не са големи. Това можем да твърдим, че се дължи на стабилна аграрна политика, а ниските степени на подпомагане можем да свържем със силната пазарна ориентация на новозеландските фермери. В Норвегия, въпреки че подпомагането за фермерите е в другата крайност, степента на изменение също е по-малко сравнена с ЕС и САЩ. Това се доказва със средното изменение, което е в размер на 0,39% в отрицателна посока. Като причина за високата степен на подпомагане за норвежките стопани можем да посочим неблагоприятните природни условия за аграрно производство в страната.

След като знаем каква е степента на субсидиране в различните страни, е важно да проследим каква е структурата на това субсидиране. За целта сме избрали да сравним структурата на субсидиране в ЕС и САЩ, тъй като те се характеризират със силно аграрно производство и важноста на този сектор за тях е от голямо значение. На фиг. 5 можем да проследим структурата на подпомагане в ЕС. Основно място при изплащането на субсидии на евро фермерите заема „необвързаната подкрепа“. Термина „необвързана подкрепа“ дефинираме като „трансфер от данъкоплатците към земеделските производители, про-

изтичащи от политически мерки, основаващи се на нетекущи (т.е. исторически или фиксирани) обработваеми площи, брой животни, приходи или доходи, като не се изисква текущо производство на дадена стока“<sup>6</sup>. Те заемат приблизително 40% от всички плащания за аграрния сектор в ЕС. На второ място се нареждат плащанията въз основа на текущото производство, а най-малък дял (0,76%) заемат другите плащания.



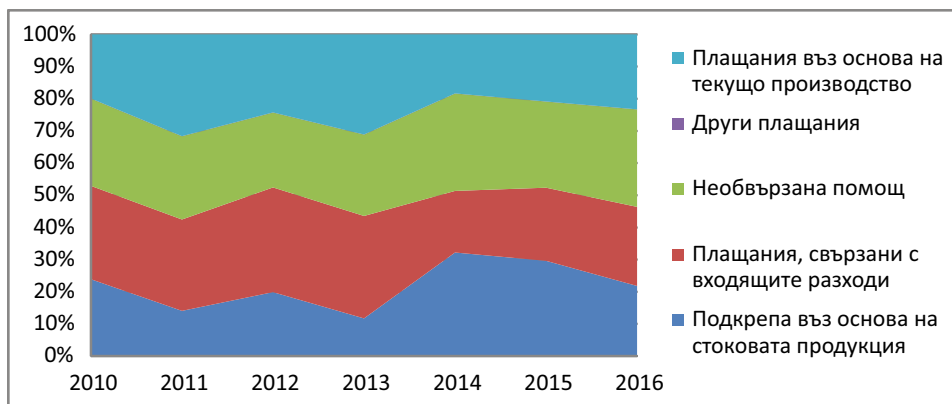
**Фиг. 5.** Структура на подпомагането за аграрния сектор в ЕС за периода 2010 – 2016 г.<sup>7</sup>

Структурата на подпомагането в САЩ стои по коренно различен начин. В щатите не съществуват други плащания и подкрепата се осъществява само в четирите основни групи – подкрепа въз основа на стоквата продукция, плащания, свързани с входящите разходи, необвързана помощ и плащания въз основа на текущо производство. Интересен факт е, че в САЩ не се забелязва отдаване на по-голяма важност на някоя от основните групи и се забелязва значителна равномерност в разпределението на плащанията. Всичко това може да се проследи на фиг. 6.

След като поставихме въпроса за връзката между субсидирането и произвеждането на достатъчно количество храна за населението по света, следва да изследваме каква е връзката между степента на подпомагане и произвежданото количество продукция. За да изпълним тази си задача, сме избрали да изчислим коефициент на корелация между степента на подпомагане и произведеното количество пшеница. Причина да изберем именно пшеницата като култура е, че тя е основна култура в производството на повечето страни по света, а и продукт от този характер намира основно място в кухнята на почти всички народи.

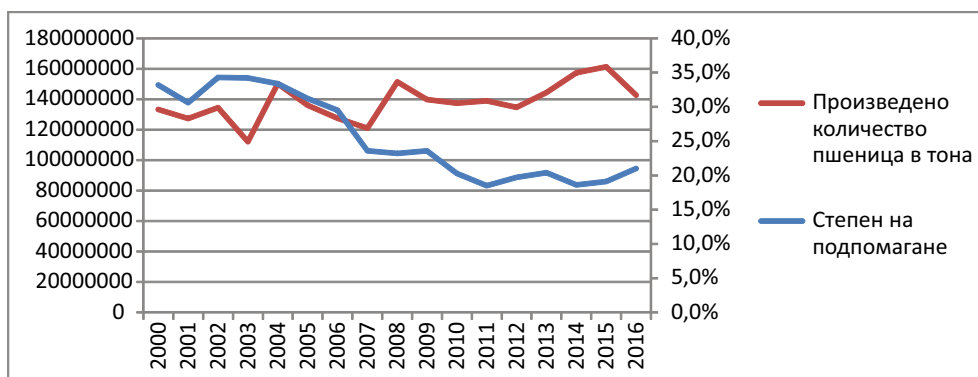
<sup>6</sup> INTRODUCTION TO THE OECD PRODUCER SUPPORT ESTIMATE AND RELATED INDICATORS OF AGRICULTURAL SUPPORT, <https://www.oecd.org/tad/agricultural-policies/pse-introduction-august-final.pdf>

<sup>7</sup> ОИПС, <http://www.compareyourcountry.org/support-for-agriculture?cr=AUS&lg=en&page=2&visited=1>



Фиг. 6. Структура на подпомагането за аграрния сектор в САЩ за периода 2010 – 2016 г.

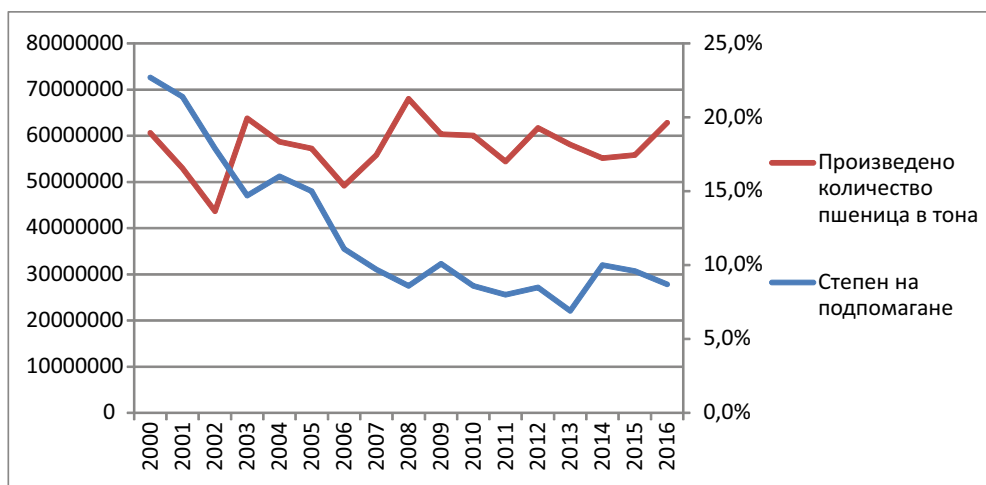
На фигура 7 можем да проследим динамиката при подпомагането и производството на пшеница в Европа за периода 2000 – 2016 г. Двете линии се движат в противоположни посоки, като линията на подпомагането следва низходящ тренд, а тази на производството възходящ. Двете линии намират пресечна точка в периода 2004 – 2006 г. След този период обаче се забелязва разминаване между тях, като линията на производството започва да се движи над линията на подпомагането. Изследваната връзка между тези два показателя показва, че коефициентът на корелация между тях е със стойност  $-0,504$ , което ни води до извода, че между тези показатели съществува ниска степен на зависимост, а връзката между тях е обратнопропорционална. Оттук и следва да изходим до извод, че в бъдеще се очаква производството да продължава да расте, а подпомагането да продължи да намалява.



Фиг. 7. Връзка между степента на подпомагане и производството на пшеница в ЕС за периода 2000 – 2016 г.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> ОИРС, <http://www.compareyourcountry.org/support-for-agriculture?cr=AUS&lg=en&page=2&visited=1>, ФАО, <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>

Подобна е и ситуацията при връзката между подпомагането и производството в САЩ. Разликата при тях се изразява в това, че линиите на производство и подпомагане се пресичат на по-ранен етап (2002 – 2016 г.). Друга съществена разлика е и, че разминаването между двете линии е доста по-голямо. Коефициентът на корелация между двата показателя в САЩ е на стойност  $-0,275$ . Стойността на коефициента ни води до извода, че между тях съществува ниска степен на зависимост, а отрицателният знак показва обратната връзка. По-ниският коефициент на корелация в САЩ спрямо ЕС ни кара да предполагаме, че производителността на щатските фермери е в по-малка степен зависима от субсидиите, които получават, спрямо своите европейски колеги. Връзката между подпомагането и производството в САЩ може да проследим на фигура 8.



**Фиг. 8.** Връзка между степента на подпомагане и производството на пшеница в САЩ за периода 2000 – 2016 г.

От така направения анализ можем да заключим, че произведеното количество от основните култури не зависи в голяма степен от подпомагането. Можем да обясним увеличеното производство със силното навлизане на модерните технологии в аграрното производство. Пример за това е модернизацията на селскостопанската техника, навлизането на глобалните системи за позициониране и умните технологии. Тези технологии позволяват на селскостопанските производители да познават по-добре процесите си на производство и постоянно да ги оптимизират. С всичко това земеделските стопани могат да продължат да увеличават производителността си, като оптимизират техните разходи. С оглед на това можем да заключим, че наличието на субсидиране в аграрния сектор е неизбежно, тъй като касае изхранването на населението. За да се справи аграрният сектор с предизвикателството, пред което е изправен, е необходимо това подпомагане да бъде реструктурирано и да бъде насочено повече към модернизацията на стопанствата и насърчаване на тяхната ефективност, за сметка на директните методи за подкрепа.

# Състояние и развитие на въздушния транспорт на Република България и Република Молдова

Мария Ильинична Кихайогло

*Катедра „Индустиален бизнес“*

*Специалност „Логистика“*

*Икономически университет – Варна*

**П**рез последните десетилетия въздушният транспорт навлезе трайно в живота на съвременното общество. Стопанското и културно значение на въздушния транспорт силно нараства в условията на пазарна икономика. Единствено със самолети може да се реагира бързо на изменящата се конюнктура на стоковите пазари. Особено добри са възможностите за увеличаване на печалбата от реализацията на скъпи и бързо развалящи се стоки. Същевременно се увеличават изискванията за осигуряване на минимално времетраене на полетите при деловите и туристическите пътувания.

Целта на настоящата разработка е въз основа на теоретичен обзор и анализ на актуалното състояние на въздушния транспорт в Република България и Република Молдова да се изведат насоки за неговото подобряване.

За постигане на така формулираната цел следва да бъдат решени задачи:

1. Да бъде направен теоретичен обзор на същността и особеностите на въздушния транспорт.
2. Да се анализира актуалното състояние на въздушния транспорт в Република България и Република Молдова.
3. Да бъдат изведени насоки за подобряване на въздушния транспорт в Република България и Република Молдова.

Актуалността на темата произтича от факта, че въздушният транспорт е най-младата и перспективна транспортна алтернатива, която има мащабен потенциал за развитие както за пътници, така и за товари.

Приоритетното използване на въздушния транспорт в национален и световен мащаб за превоз на пътници и относително ниският дял на товарните превози измества фокуса на анализа главно към показателите, измерващи превозени пътници и извършена работа от гражданските въздухоплавателни средства.

Транспортът се разглежда като елемент на икономическата система или като подсистема на икономиката, предназначена да обслужва стопанските връзки в сферата на обръщение посредством всички видове транспорт, включвайки градски, промишлен и специализиран. Икономическото значение на транспорта в живота на обществото се свежда до обезпечаване развитието, комуникацията и координацията на всички сектори в икономиката.

Класификацията на видовете транспорт е свързана със средата, в която се осъществява движение на транспортните средства и потоците. Съществуват

пет основни вида транспорт: железопътен, воден (морски и речен), автомобилен, въздушен и тръбопроводен. Един от най-важните критерии при избор на транспорт е скоростта, от която зависи времето за изминаване на определени разстояния. Най-бързият от всички видове транспорт е въздушният. Друг критерий е достъпността, която се дефинира като способността на транспорта да осигури връзката между два различни географски пункта. По този показател с най-голяма достъпност се отличава автомобилният транспорт, тъй като товарните превозни средства могат да поемат товар непосредствено от мястото на изпращане и да го доставят директно до назначеното място. Важен показател в транспорта е и надеждността, която отразява потенциалните отклонения от очаквания или фиксиран график за доставка. Тъй като тръбопроводите работят денонощно и не зависят нито от времето, нито от претоварването, те са най-надеждният вид транспорт. Товароподемността от своя страна характеризира способността да се транспортират стоки, различни по маса и обем. По този признак най-високата оценка принадлежи на водния транспорт. Честотата измерва броя повторения на едно събитие за единица време и тъй като тръбопроводите работят в непрекъснат режим, те заемат първото място.

Следователно анализът на транспортния сектор се основава на комплекс от показатели, които могат да се измерват диференцирано по видове транспорт.

Основното предимство на авиацията е скоростта. По време на полет на въздухоплавателното средство не представляват препятствия нито планините, нито реките, но полетът може да бъде отменен поради неблагоприятни метеорологични условия. Същевременно изборът на въздушен транспорт е най-скъп, поради което той бива предпочитан при необходимост от преодоляване на дълги дестинации. По правило по въздух се превозват спешни, бързо развалящи и ценни стоки. Трябва да отбележим, че авиационният транспорт осигурява висока скорост, но и консумира огромно количество гориво (1 самолет изразходва около 15 тона гориво на час), причинявайки значителни щети на атмосферата, изхвърляйки 66 тона продукти за изгаряне на час, които се съхраняват в атмосферата в продължение на 2 години.

Експлоатацията на въздушния транспорт изисква да се вземе под внимание техническото ниво на въздухоплавателни средства и наземни комплексни обслужвания. Повишаване на ефективността при въздухоплавателните средства е свързано с прилагането на резултатите на научно-техническия прогрес. От това зависи прирастът на обемните превозни показатели, ефективността и качеството на работа на въздушния транспорт, което води до относително снижение на експлоатационните разходи, а следователно и до общо съкращаване на себестойността на превозите.

Въздушният транспорт е най-бързо развиващата се алтернатива за предвижване на товари и пътници и в България неговата история започва през 1947 г. с откриването на гражданско летище „Враждебна“ (София). Първата вътрешна линия е София – Бургас, а първата международна линия е София

– Будапеща. Седемдесет години след създаването на гражданската авиация в България има пет международни летища, обслужващи пътници и товари. В условията на конкурентен пазар в България са лицензирани 19 авиопревозвачи, които превозват пътници, товари и поща. Делът на българските превозвачи при осъществяването на пътнически и товарни превози по въздух постепенно нараства, не само на българския авиопазар, а и на международния.

От своя страна Република Молдова разполага с едно международно летище „Кишинев“, което е и основна отправна точка на страната за осъществяване на превози по въздух, предвид аналогичната среда, в която този инфраструктурен обект развива своите пазарни взаимоотношения, а именно в условията на демократизирани процеси в политическия, икономическия, културния и социалния живот на страната.

Анализът на товарооборота на българските и молдовските летища е важен за установяването на възможностите на въздушния транспорт да участва в извършването на интермодални превози на стоки и за неговата готовност да отговори на съвременните нужди на потребителите от високоефективни транспортни услуги.

В хода на анализа ще бъде изследвана динамиката в развитието на показателите структура на превозени товари по видове транспорт за Република България и Република Молдова през периода 2011 – 2016 г. Това ще позволи в сравнителен план да се проследи, в относителен дял, участието на всяка транспортна алтернативната в общата превозна дейност на страните, като акцентът ще бъде поставен върху дела на въздушния транспорт като обект на настоящите изследвания.

Анализирайки данните за динамиката в развитието на превозените товари и пътници между двете държави (вж. табл. 1, фиг. 1), могат да бъдат направени следните изводи, а именно при превозените товари в Молдова не се наблюдава положителна тенденция на развитие, което се обяснява с факта, че с всяка следваща година относителният дял намалява.

**Таблица 1.** Динамика в развитието на превозените товари от въздушния транспорт на Република България и на Република Молдова за периода 2011 – 2016 г.

Година	Превозни товари	Абс. прираст на извършена работа в хил. тона		Темп на снижение/увеличение на извършената работа в%		Индекси в%	
		1	3	4	5	6	7
	хил. тона	баз. = 2009	вер.	баз. = 2009	вер.	баз. i = 2009	вер. i
<b>Република България</b>							
2011	8	0	0	0	0	0	0
2012	6	-2	-2	-25	-25	75	75
2013	4	-4	-2	-50	-33,333	50	66,667
2014	2	-6	-2	-75	-50	25	50
2015	5	-3	3	-37,5	150	62,5	250
2016	5	-3	0	-37,5	0	62,5	100

Република Молдова							
2011	1,60	0	0	0	0	0	0
2012	1,57	-0,03	-0,03	-1,875	-1,875	98,125	98,125
2013	1,28	-0,32	-0,29	-20	-18,471	80	81,529
2014	0,81	-0,79	-0,47	-49,375	-36,719	50,625	63,281
2015	0,58	-1,02	-0,23	-63,75	-28,395	36,25	71,605
2016	0,49	-1,11	-0,09	-69,375	-15,517	30,625	84,483

Източник: На база данни от НСИ на Р България и НСИ на Р Молдова.

През същия период България запазва своите показатели, което е индикатор за стабилност в сектора. Динамиката в развитието на показателите можем да свържем с намаляване на пазарните агенти, които използват товарните превози по въздух, продиктувани от високите цени, както и с по-високо търсене на друг по-евтин вид транспорт.



Фиг. 1. Динамика в развитието на превозените товари и пътници от въздушния транспорт на Република България и Република Молдова през периода 2011 – 2016 г.

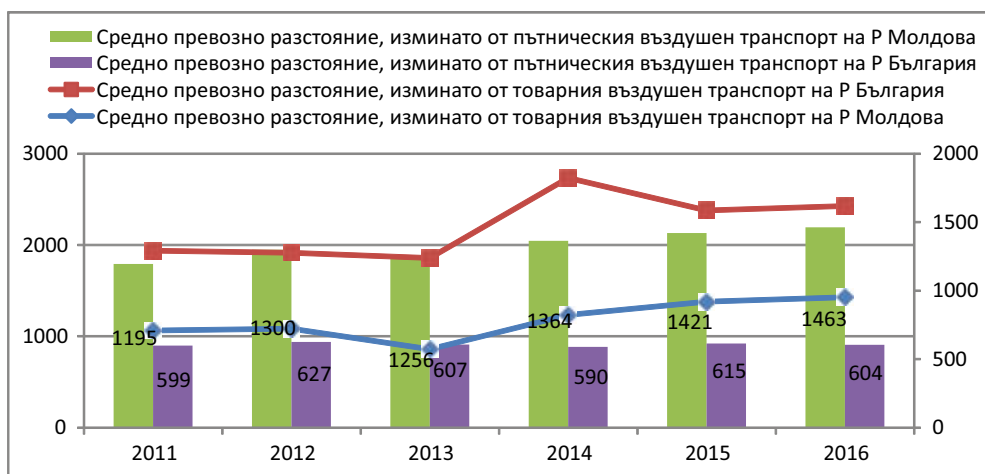
По отношение на пътничкооборота наблюдаваме както в Република България, така и в Република Молдова засилване на интереса с всяка следваща година, което се обяснява с факта, че националните летища осигуряват възможности за бързо преодоляване на големите дестинации на изгодни тарифи.

Данните, представени на фигура 2, показват, че по отношение на показателя средно превозно разстояние, измерен в километри, Република Молдова



отчита по-високи резултати спрямо Република България, независимо че българският авиосектор извършва по-големи обеми работа и превозва повече пътници и товари.

На практика данните сочат, че българските потребители на услугите на въздушния транспорт използват тази транспортна алтернатива както за превоз на товари, така и на пътници, на сравнително кратки разстояния, които са в границите между 590 и 627 км за пътническите превози и от 833 до 1500 км за товарните превози. Докато въздушният транспорт на Молдова регистрира средна дължина на пътя, изминат със самолет от гражданите, между 1195 и 1463 км, а от товарните превози между 859 и 1429 км, с тенденция към нарастване през годините. Причината за този факт е превишаването през годините на извършената работа над обема на превозените пътници и товари от молдовския въздушен транспорт и предвид формулата, по която се изчислява превозното разстояние, е логично неговите стойности за Молдова да превишават тези на България.



Източник: На база данни от НСИ на Р България и НСИ на Р Молдова

*Фиг. 2. Средно превозно разстояние в км, изминато от товарния и пътнически въздушен транспорт на Република България и Република Молдова през периода 2011 – 2016 г.*

Влияние при вземането на транспортни решения в границите на двете държави оказва и тяхната територия, която може да бъде преодоляна за сравнително кратко време по шосе. В териториален аспект България е два пъти по-голяма в сравнение с Молдова.

От друга страна, следва да се вземе под внимание и макроикономическата рамка на Република Молдова, която е държава с масова трудова миграция и негативни явления в икономическата сфера, свързани с кризисните явления в световната икономика. За малка държава с нисък жизнен стандарт, липса на

големи златни и валутни резерви, запаси от горива оцеляването в условията на криза е много по-трудно в сравнение с държави с развита индустрия и резерви от природни богатства. В тази връзка една добре обмислена и гъвкава политика на държавата може да сведе до минимум тези негативни явления, за да позволи на бизнеса на различни нива и мащаби да повиши икономическото и социалното ниво на страната.

Проблемът на незадоволителното състояние на инфраструктурата е един от най-актуалните в сектора на въздушния транспорт. Ако състоянието на наземната инфраструктура на въздушния транспорт не съответства на пазарната динамика, то в бъдещето ще се забави неговото развитие. Комплекс от мерки, предвидени в рамките на стратегическото развитие на Република Молдова и Република България, ще позволи да се осигури динамичното развитие на авиационната индустрия въз основа на съвременни механизми за корпоративно управление, подобряване на правната рамка и нови методи на държавна подкрепа.

В контекста на неблагоприятните икономически условия в световен мащаб все по-голяма популярност набират т. нар. нискотарифни авиокомпании, които биха могли да допринесат за повишаване на конкуренцията във въздушния транспорт на Република Молдова. Нискотарифните превозвачи могат да се считат за движеща сила на конкуренцията в сектора на въздушния транспорт, въпреки че традиционните превозвачи имат значителни предимства, що се отнася до ширина на маршрутните мрежи и качество на предлаганите продукти.

Като обобщение може да се направи извод, че и в двете държави въздушният транспорт заема своето място в транспортните системи, но все още не може да се утвърди като алтернатива, която да бъде използвана интензивно при превозите на пътници и особено на товари. Причините са високите ценови равнища на транспортните тарифи спрямо останалите видове транспорт, които предлагат по-ниски оферти. Перспективите за добра развита авиационна и транспортна индустрия в Република България и Република Молдова са огромни. Абстрахирайки се от факта, че между двете държави съществуват икономически, културни, социални и пр. различия, ако те осъществяват сътрудничество помежду си, биха могли подобряват икономическото си развитие.

# Счетоводни и данъчни аспекти на търговските сделки със стоки (по примера на „Карпет енд Море“ ЕООД – гр. Силистра)

**Женета Денкова Рачева**  
*Катедра „Счетоводна отчетност“*  
*Специалност „Счетоводство и контрол“*  
*Икономически университет – Варна*

**В** условията на съвременната икономическа реалност значително се откроява процесът на осъществяване на търговски стокообмен, който стои в основата на функционирането на всяка стопанска организация. Тази закономерност се счита за „двигател“ на пазарното стопанство, който създава допълнителна стойност и повишава общото благосъстояние на отделните микро- и макроикономически субекти.

Поради изложените по-горе доводи би могло да се твърди, че формулираната проблематика е **особено актуална и значима** в днешната силно динамична конюнктурна бизнес среда. Тя представя занятието и оттук визията и образа на основните пазарни участници, ситуирани на фона на съществуващата икономическа обстановка.

**Обектът на изследване** в настоящия проект включва характеризиране и изясняване на същността и значението на осъществяваните в процеса на функциониране на едно предприятие вътрешни и външни търговски сделки. Изложението представя както счетоводните принципни постановки, така и данъчното проявление от гледна точка на изискването за облагане. В допълнение се отдава значение на практико-приложния компонент на разработката, чрез който се илюстрира част от извършваните търговски сделки в реално стопанско предприятие, в т.ч. и тяхното счетоводно отчитане и документално оформление.

**Предметът на изследване** на научния текст е „Карпет енд Море“ ЕООД (Karpet&More) с ЕИК по БУЛСТАТ 200686291. Дружеството е със седалище и адрес за кореспонденция – гр. Силистра, област Силистра, община Силистра, ул. „Хан Крум“ №47. Предметът на дейност на предприятието обхваща осъществяване на външна търговия на едро и дребно с широк асортимент от стоки за промишлено и лично потребление. В допълнение стопанската организация упражнява дейност като посредник в тристранна операция. От търговско-правна гледна точка „Карпет енд Море“ ЕООД е юридическо лице с основен капитал в размер на 5000 лв. За целите на облагането с ДДС едноличното дружество е регистрирано в ТД на НАП на 14.05.2009 г. съгласно разпоредбите на Закона за данък върху добавената стойност.

**Целта на разработката** е въз основа на представяне на теоретичната страна и принципното разбиране на въпроса да се проучи редът и начинът на осъществяването и отчитането на търговските сделки в конкретна бизнес организация. Изложението засяга също и документирането и декларирането на операциите от гледна точка на последващото данъчно облагане.

За реализирането на така формулираната цел е необходимо да бъдат изведени **задачите на изследването**, по-важните от които са:

- ◆ изясняване мястото на търговските сделки в контекста на цялостната икономическа дейност на предприятието
- ◆ представяне начина на счетоводно отчитане и отправяне на препоръка при необходимост с цел неговото подобряване

**Методите на изследване** на научния текст са свързани с приложимите в изложението начини и техники, чрез които се изясняват и практически изследват реализираните в хода на икономическата дейност търговски сделки. В този смисъл се диференцират:

- ◆ метод на наблюдението – осигурява възможност за проследяване начина на развитие на търговските взаимоотношения на изследваното дружество с неговите контрагенти
- ◆ метод на събеседването – чрез него се постига осигуряване на информацията относно технологията на осъществяване и отчитане на външните търговски сделки в предприятието

**Ограничителните условия**, които съпътстват изготвянето на настоящия научен труд, са следните:

- ◆ актуалност на данните – тя произтича от динамичната и бързо изменяща се нормативна уредба, на чиято основа се позовава изложението на разработката. Основните правни текстове, релевантни към проучваната проблематика, са Търговският закон, Законът за ДДС, както и правилникът за неговото прилагане. В този смисъл е необходимо да се уточни, че за целите на проекта тази законодателна рамка е относима към месец март 2018 г.
- ◆ предвидените за разглеждане международни бизнес транзакции са реализирани на принципа на търговските сделки, при които вземат участие най-малко две независими едно от друго юридически лица, регистрирани по Закона за ДДС.

## **1. Данъчно-правни режими за облагане движението на стоки в Европейската икономическа общност**

### ***1.1. Вътреобщностно придобиване – същност и основни характеристики***

Първият вид договореност в областта на външнотърговската дейност е т.нар. вътреобщностно придобиване на стоки. Това е проявна форма на внос,

въведена в резултат на присъединяването на Република България към Европейския съюз. Счита се, че утвърждаването на новата концепция се възприема като израз на хармонизиране на действащите принципни постановки в страната с правните текстове, приети и одобрени от международната политико-икономическа организация, относими към въпросите на данъчно-правното законодателство.

Нормативната регламентация на вътреобщностното придобиване се съдържа в чл. 2, т. 2 и 3 и в чл. 13 от Закона за ДДС. В специализираната литература също се представя значението на понятието, дефинирано като „придобиване на право на собственост върху движима вещ, изпратена или транспортирана в България от друга страна-членка на Европейската общност“.<sup>1</sup>

Характерна особеност на вътреобщностното придобиване съществува и по отношение на статута на изпълнителя на операцията. В преобладаващия случай доставчикът на стоката се определя като лице, регистрирано за целите на ДДС на територията на държавата-членка, където то упражнява своя предмет на дейност. В търговско-правната доктрина и стопанска практика обаче се възприема становището, че прехвърлителят може да бъде в качеството на данъчно незадължено лице по Закона за ДДС в случаите, когато сделката се сключва, за да се придобие ново превозно средство. С оглед на настоящо разглежданата външнотърговска сделка следва да се имат предвид основните критерии, при наличието на които се счита, че е извършено вътреобщностно придобиване, а именно:

- ◆ осъществената договореност има за предмет търгуването със стока
- ◆ сделката притежава възмезден характер
- ◆ доставчикът е данъчнозадължено лице, регистрирано за целите на ДДС в друга държава-членка към датата на възникване на данъчното събитие
- ◆ стоката се изпраща и транспортира от територията на друга държава-членка до територията на страната.

### ***1.2. Вътреобщностна доставка – същност и характерни особености***

Аналогично на вътреобщностното придобиване на стоки, заменило понятието „внос“ в резултат на присъединяването на Република България към Европейския съюз, вътреобщностната доставка също се разглежда като ново понятие, изразяващо се в постигането на хармонизирани принципи и правила между националното данъчно законодателство, от една страна, и това на Общността, от друга.

---

<sup>1</sup> Инджова, А., Иванов, Б., Данък добавена стойност при Вътреобщностни доставки и вътреобщностни придобивания, Издателство Аспро, 2007 г.

Настоящо разглежданата концепция заменя използвания до 2007 г. термин „износ“. Нормативната регламентация на данъчно-правния режим между държавите-членки се съдържа основно в чл. 7 от Закона за ДДС, като се прилагат също и други правни текстове от юридическия акт, които уреждат отделни аспекти, отнасящи се до външнотърговската операция. Този вид международна търговска сделка представлява доставка, при която е налице транспортирането на стоки, независимо за чия сметка се извършва превозването, от българско лице, регистрирано за целите на ДДС на територията на страната, до чуждестранно данъчнозадължено лице или данъчно незадължено юридическо лице, но установено в друга държава членка. Специфичен пример за настоящо разглежданата сделка би могъл да се посочи превозът на стоки от и към България от едно и също регистрирано по ЗДДС лице.

В чл. 7, ал. 5 са предвидени случаите, при които не е налице вътреобщностна доставка или такива, които отговарят на част от критериите за признаване на настоящо разглежданата външнотърговска сделка, но това не се счита за основание за тяхното определяне като вътреобщностни доставки. Пример за такива би могло да бъде изпращането на стоки от България до територията на друга държава-членка, които ще бъдат използвани за извършване на работа с тях в чужбина и след определен срок те ще се предоставят обратно на собственика – българския изпращач.

### ***1.3. Тристранни операции – същност и характерни особености***

Тристранните операции представляват проявна форма на международен стокос обмен. Аналогично на разгледаните по-горе в настоящото изложение вътреобщностни придобивания и вътреобщностни доставки в тази част на научния труд се обръща внимание на не по-малко разпространен вид търговска сделка, която притежава своите специфични особености.

Тристранните операции са регламентирани основно в чл. 15 от Закона за ДДС, чийто нормативен текст гласи, че те се определят като „доставката на стоки между три регистрирани за целите на ДДС лица в три различни държави членки А, Б и В“<sup>2</sup>. От така изведената правна дефиниция биха могли да се направят следните изводи:

1. Разглежданият вид търговска сделка се отнася до доставката на стоки – това означава, че предмет на тристранните операции не могат да бъдат услугите.
2. Участниците в международната транзакция са три регистрирани по ДДС лица – този аспект създава диференциация с ВОП и ВОД на стоки, при които страните официално са две – доставчик и получател (в определени случаи инцидентно е възможно и участието на трета страна – упълномощено лице). При тристранните операции, обаче, както и тяхното наименование подсказва, безусловно са включени три незави-

<sup>2</sup> ЗДДС, изм. и доп. ДВ, бр. 24 от 16 март 2018 г.

сими една от друга страни. В допълнение се изисква също те да бъдат регистрирани за целите на ДДС.

3. Лицата по тристранната операция следва да упражняват дейност на три различни държави-членки – при нейното осъществяване не се допуска повече от един от участниците да притежава регистрация на определена територия на държава-членка.

В наръчника по ДДС на НАП, съставен на базата на действащата данъчно-правна нормативна уредба – Закона за ДДС и Правилника за неговото прилагане, е изяснена същността на тристранната операция: „доставката на стоки между три регистрирани за целите на ДДС лица в три различни държави-членки А, Б и В, за които са налице **едновременно** следните условия:

1. А (прехвърлител), регистрирано за целите на ДДС лице в държава-членка 1, извършва доставка на стока на лице Б (посредник), регистрирано за целите на ДДС лице в държава-членка 2, което след това извършва доставка на тази стока на лице В (придобивач), регистрирано за целите на ДДС лице в държава-членка 3;
2. стоките се транспортират директно от държава-членка 1 до държава-членка 3;
3. посредникът не е регистриран за целите на ДДС в държавите-членки А и В;
4. придобивачият начислява ДДС като получател по доставката.“<sup>3</sup>

#### ***1.4. Дистанционни продажби на стоки – същност и основни характеристики***

По своята същност настоящата бизнес транзакция е част от вътреобщностния интернационален стокообмен. Тя представлява особен вид доставка, при която лице, регистрирано за целите на ДДС в държава-членка на Европейския съюз доставя стока на нерегистрирано за целите на ДДС лице, което се намира на територията на друга държава-членка.<sup>4</sup> От юридическа гледна точка правната регламентация на международната сделка се съдържа в Закона за ДДС и в частност в чл. 14. Текстът на посочената норма извежда няколко условия, при **кумулятивното** наличие на които една операция се квалифицира като дистанционна продажба. Те биха могли да се систематизират по следния начин:

- ◆ стоките се изпращат или транспортират от или за сметка на доставчика от територията на държава-членка, различна от тази, в която транспортът приключва;
- ◆ доставчикът на стоките е регистриран за целите на ДДС в държава-членка, различна от тази, в която транспортът приключва;

<sup>3</sup> Наръчник по ДДС на НАП 2017 г.

<sup>4</sup> Пак там.

- ◆ получател по доставката е лице, което не е задължено да начисли ДДС при вътреобщностно придобиване на стоката в държавата-членка, където транспортът приключва;
- ◆ стоките не са нови превозни средства или не се монтират и/или инсталират от или за сметка на доставчика, или не са предмет на специален ред за облагане на маржа на цената за стоки втора употреба, произведения на изкуството, предмети за колекции и антикварни предмети.<sup>5</sup>

## **2. Практико-приложни аспекти на търговските сделки със стоки в „Карпет енд Море“ ЕООД**

### ***2.1. Представяне дейността на „Карпет енд Море“ ЕООД***

За целите на настоящата част от научната разработка са осъществени проучвания в стопанската практика, чието основно предназначение е изследване дейността на реално предприятие в контекста на разглежданата тема за отчитане на търговските сделки със стоки. Поради тази причина изборът на автора относно конкретна бизнес единица е продиктуван от необходимостта от представяне и онагледяване на по-горе описаната теоретична част с практически примери и документални обосновки.

Обект на разглеждане в настоящото изложение е „Карпет енд Море“ (Karpet & More) ЕООД с ЕИК по БУЛСТАТ 200686291. Предприятието оперира предимно на международните стокови пазари. То осъществява редица търговски сделки, но като специфична характерна особеност за неговата дейност се откроява активното участие на дружеството в качеството на посредник в тристранна операция. Това е стопанска транзакция, която преобладава в „Карпет енд Море“ ЕООД и предизвиква значителни постъпления за ръководството. Именно този аспект от бизнес занятието на организацията е акцент в настоящото изложение и поради тази причина ще бъде обект на разглеждане в следващите редове.

### ***2.2. Документиране на търговските сделки в „Карпет енд Море“ ЕООД***

От гледна точка на придобиването на стоки „Карпет енд Море“ ЕООД получава фактура № 2161159886 от 28.10.2016г. с предмет на сделката мокет LUMINA (TWINBACK) 049, както и фактура № 2161159887 от 28.10.2016г. с предмет на сделката мокет PROMINENT (ActionVac) 096. Доставчикът по посочените първични счетоводни документи е един и същ – Division ITC., юридическо лице с регистрация по ДДС в Белгия, където упражнява своя основен предмет на дейност. Видно е, че изпълнителят по сделката начислява ДДС с нулева данъчна ставка, което е една от основните отличителни черти на ВОД съобразно утвърдения данъчен режим при този вид международна бизнес транзакция. Авторът установява обаче пропуск в получената фактура, който

<sup>5</sup> Закон за ДДС в сила от 01.01.2007 г., изм. и доп. ДВ, бр. 24 от 16 март 2018 г.



се изразява в непосочването на правното основание за прилагане на вписаната в документа ставка на данъка, а именно – конкретен юридически текст от законодателството на държавата-членка, където е установен прехвърлителят на стоката.

Освен посочения по-горе първичен счетоводен документ доставчикът на двата вида мокет издава също опаковъчен лист №76655/58222/231006. Това е съпроводителен документ, който съдържа обобщаваща информация от получените фактури относно закупената стока. Констатира се извършено описание на обекта на покупко-продажба в количествено изражение, вид и брой на опаковките, като се представя и характеристика на търгуваната вещ.

Аналогично на по-горните редове, където прехвърлителят на стоката удостоверява своята вътреобщностна доставка посредством издаването на фактура, в този случай първичният счетоводен документ отново се изготвя, но с разликата, че тук изследваното дружество влиза в качеството на изпълнител по сделката. Видно от носителя на информация, коректно са посочени основните индивидуализиращи характеристики на страните по търговската сделка – „Карпет енд Море“ ЕООД и SC PASS COMPANY SRL.

**В заключение следва да се обобщи**, че разгледаните в настоящия научен труд международни бизнес транзакции са резултат от интернационализацията на бизнеса и засилващите се глобализационни процеси. При създаване на търговски взаимоотношения с чуждестранен партньор е особено необходимо да се има предвид неговият статут и територията, на която е установен. От тази гледна точка се благоприятства правилното тълкуване на бизнес транзакцията, както и последващото надеждно документално оформяне, счетоводно отчитане и данъчно регулиране.

# Особености при отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите в растениевъдството (по примера ЕТ „Янакиев–Митко Янакиев“ гр. Ямбол)

Адриан Атанасов Калчев  
*Катедра „Счетоводна отчетност“  
Специалност „Счетоводство и контрол“  
Икономически университет – Варна*

**Б**изнесът в България през последните няколко години се развива с изключителни темпове. Този факт е в непосредствена връзка с влизането на България в Европейския съюз, възстановяването от кризата и подобрените условия в бизнес климата. Следствие на това за България един от най-облагодетелстваните отрасли е селското стопанство, тъй като общността третира този тип бизнес приоритетно, като съществуват различни по своя вид данъчни облекчения, подпомагания и финансираня.

Основните **мотиви** за разработването на тази тема са:

- ◆ Нейната актуалност, произтичаща най-вече от значимостта на подотрасъла за нашата икономика;
- ◆ Спецификата на земеделието и произтичащите го характерни особености в отчетността;
- ◆ Проблемите, свързани с отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите, чиито отчетни обекти са с голяма степен на важност.

Основният **обект** на изследването са отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите в растениевъдството.

**Предмет** на изследването са:

- ◆ Икономическите и правни особености, свързани със земеделието;
- ◆ Организацията и технологията при отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите;
- ◆ Предвидените данъчни облекчения за земеделските производители като форма на косвено субсидиране.

С настоящата разработка се **цели** да бъдат изяснени спецификите и проблемите при отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите, като също така бъдат и изведени основните проблеми, възникващи съответно в практиката.

За реализирането на тази цел е необходимо да се поставят някои основни **задачи**:

1. Да се изясни и изследва характеристиката, особеностите и специфичните данъчни преференции, предвидени за земеделието и земеделските производители.
2. Да се изследват теоретичните основи при отчитането на селскостопанската продукция.
3. Да се изяснят процесите, етапите и особеностите при отчитането на субсидиите.
4. В практически аспект да бъдат обследвани организацията, особеностите и проблемите при отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите.
5. На база теоретичните и практически постановки да бъдат направени изводи и препоръки към ръководството на предприятието, свързани с някои проблеми, открити в хода на изследването.

**Методологията** на изследването включва преглед на научната литература и нормативни актове, анализи, сравнения, проучване и събеседване.

При разработването на научния доклад се поставят и определени **ограничения**. Избраната тематика се отнася за конкретен сегмент от селското стопанство – растениевъдството. В практически аспект се разглеждат отчетността и проблемите в конкретно предприятие, прилагашо НСС, което не позволява по-широка база за сравнения.

## **I. Теоретични аспекти на отчитането на селскостопанската продукция и субсидиите**

По отношение на понятието „селскостопанска продукция“ един от първите въпроси, на който следва да се даде отговор, е във връзка с изясняване на дефиницията и критериите за разграничаването му от биологичните активи. Биологичният актив по своята същност е придобит или контролиран от предприятието живо животно или растение в резултат на минали събития, от управлението на което се очаква икономическа изгода<sup>1</sup>. Селскостопанската продукция от своя страна представлява първоначално придобитият полезен продукт от биологичните активи. Основен момент е, че тя се признава като актив в момента на отделянето и от биологичния актив. Така например плодовете на овощните дървета не би следвало да се признават като отделен актив до момента на тяхното „откъсване“.

Съгласно НСС 41 (съотв. МСС 41) селскостопанската продукция, придобита от биологичните активи, при първоначалното си признаване се оценява по справедлива стойност, намалена с предварително начислените разходи при продажба. Важен момент тук е, че след придобиването за всички последващи оценки, свързани със селскостопанската продукция, се

---

<sup>1</sup> Вж: НСС 41 т. 2, посл. изм. ДВ, бр. 86 от 26 октомври 2007 г.

прилагат общите разпоредби на НСС 2 (респ. МСС2). Основният момент, който буди много дискусии въпроси, е именно поради каква причина селскостопанската продукция в **растениевъдството** в момента на придобиване се заприхождава по справедлива стойност. Основните аргументи в подкрепа на този модел са именно, че при биологичните активи (съответно отражение върху самата продукция) настъпват процеси, които протичат при биологичните активи (растеж, дегенериране, възстановяване) и сложността при калкулирането на фактическа себестойност на продукцията и нейното надеждно остойностяване. От друга страна, доколкото би било релевантно предприятията да признават един нереализиран приход или разход от евентуална продажба (на пазарни цени) в себестойността на произвежданата продукция. Така например, ако определим фактическа себестойност на 1 кг продукция 0.50 лв., а справедливата стойност (пазарна цена) на този продукт е 1.30 лв., практически би следвало да отчетем приход, явяващ се като разлика между двете цени. Прилагайки модела на справедливата стойност, тази разлика чисто счетоводно може да бъде отчетена по специално обособена за тази цел сметка 611-19 *Ценови разлики от формиране и промяна справедливата стойност на селскостопанската продукция и биологичните активи в растениевъдството*<sup>2</sup>. Следва да се отбележи и, че за данъчни цели получените разлики между справедливата стойност на селскостопанската продукция и фактическата себестойност се признават в годината на отписването на съответния актив, т.е. ако предприятието не е реализирало съответно селскостопанската продукция, следва да коригира финансовия си резултат в данъчната декларация<sup>3</sup>. Във връзка с това може да се стигне до извода, че данъчното ни законодателство възприема модела за заприхождаване на селскостопанската продукция по „историческата цена“, като по-надежден при определянето на данъчния финансов резултат.

Следва да се отбележи, че стандартите не позволяват и/или не са достатъчно гъвкави при определянето на оценъчна база при първоначалното заприхождаване земеделската продукция, тъй като не се допуска възможност за избор. Допускат се случаи за прилагане на алтернативен подход само в случаи, че предприятието може да докаже невъзможност за прилагане на справедлива стойност и/или, че предприятието, прилагайки този метод, нарушава съществено принципа за вярно и честно представяне.

---

<sup>2</sup> Вж. Герганов, Г. Счетоводство на селското стопанство, селскостопанските кооперации и сдружения. София: Нова звезда, 2010, с. 536.

<sup>3</sup> Вж. ЗКПО, чл. 36 ал. (1), (2), посл. изм. ДВ, бр. 15 от 16 февруари 2018 г.

## II. Практико-приложни аспекти при отчитане на селскостопанската продукция и субсидиите (По примера на ЕТ „Янакиев“)

В счетоводната литература съществуват множество разработки при калкулиране и отчитане на разходите за производство на селскостопанската продукция<sup>4</sup>. Интересен също така е и въпросът при отчитането на съответстващите приходи, получени под формата на правителствени дарения с цел намаляемост на разходите и/или покриване на загуби. Такъв тип дарения са отстъпката от акциза, която земеделските производители могат да ползват за закупения от тях газьол. За пример ще вземем реален казус от практиката с помощта на предприятие ЕТ „Янакиев–Митко Янакиев“ – гр. Ямбол (рег. земеделски производител).

Според Закона за подпомагане на земеделските производители<sup>5</sup> и Закона за акцизите и данъчните складове<sup>6</sup> предприятията от селскостопанския отрасъл имат право на възстановяване на акциза срещу закупения и използван газьол. Същността на тази данъчна преференция представлява вид държавно подпомагане за земеделските производители, целяща създаване на облекчени условия за използването от тях гориво при произвеждането на първични продукти от селското стопанство. Администратор на тази схема се явява министърът на земеделието и храните. Част от условията, на които задължително трябва да отговарят земеделските производители, са: да нямат изискуеми публични задължения или да не са обявени в производство по несъстоятелност, също така да не са в производство или обявени в ликвидация, да не са получили друго държавно финансиране за същите разходи...

През март 2017 г. ЕТ „Янакиев–Митко Янакиев“ подава заявление за ползване на правото на отстъпка за закупения през 2016 г. газьол. Предприятието има право за количеството от 89006.58 литра да ползва финансиране (следствие на индивидуално определена годишна квота от ДФЗ). През текущата година предприятието е декларирало 91614 литра закупен газьол. За 2017 г. държавата е определила отстъпката от акциза да бъде в размер на 0.40 ст. През октомври предприятието получава средствата.

Счетоводните статии, които предприятието съставя, са следните:

През **октомври** 2017 г. При усвояване на средствата:

1) Д-т 503 Разплащателна с-ка / К-т 706 Финансирания – 35602.63 лв.  
(89006.58 л.\*0.4 ст.)

За приключване на сметката за финансиранията:

2) Д-т 706 Финансирания / К-т 61118 Разходи за основна дейност (общини) – 35602.62 лв.

<sup>4</sup> Пр. Вж. Стефанов, С., Тончев, И. Счетоводство, Наука и икономика, 2014 г., с. 105.

<sup>5</sup> Вж ЗЗПЗП чл 47 а, изм. ДВ, бр. 66 от 26.07.2013 г.

<sup>6</sup> Вж. ЗАДС Чл 45. ДВ, изм. и доп. ДВ, бр. 24 от 16 март 2018 г.

Следва да се отбележи, че за счетоводна база предприятието прилага НСС, като прилагайки НСС20 чл. 3.4., правителствените дарения, получени от предприятията като компенсация за минали разходи или загуби, се признават за приход в периода на получаването им. Предприятието, както се вижда, спазва стандарта за признаване на прихода, но според автора не би било коректно да намалява себестойността на готовата продукция с несъпоставими приходи, тъй като предприятието получава финансиране, отнасящо се за покриване на разходи от предходен отчетен период. Подходящ подход на отчитане би бил директното приключване на сметката в 123 Печалби или загуби за текущата година.

Въпреки че по този начин на отчитане предприятието спазва стандартите, като дискуссионен въпрос можем да поставим нарушаването на принципа за вярно и честно представяне. Парадоксално е как стандартите регламентират за „правилно“ финансиранятия, отнасящи се за покриване на загуби и/или разходи от предходен период да се признават през текущия. Въпреки че с новите разпоредби на закона за счетоводството отпадна принципът за съпоставимост между приходи и разходи при представянето на финансовите отчети, неговото значение не бива да се подценява и предприятията могат да продължат да го спазват за целите на текущата отчетност. При така поставения проблем авторът предлага три възможни алтернативни подхода на отчитане.

При първия, ако предприятието е изпълнило всички условия по финансирането към края на 2016 г. и се очаква сумите по него да бъдат изплатени, то може да отчете прихода от финансиране в съответната (2016) година и организира разчетна сметка, явяваща се вземане от ДФЗ. По този начин приходът от финансирането ще намери отражение във финансовите отчети за годината, за която се отнася, както и би била възможна кореспонденция със сметката за калкулиране на фактическата себестойност 6111 Разходи за основна дейност. Прилагайки този метод, в приложенията би следвало и да се оповести неговото значение и че той представя информацията вярно и честно. Според разпоредби на НАП за данъчни цели предприятието обаче би следвало да признае прихода от финансиране в периода на неговото получаване, тъй като не съществуват специфични разпоредби за третиране и предприятията трябва да коригират финансовия си резултат. (Вж. становище № 16-12-74/11.03.2008 г.).

При втория метод предприятието може да отчете прихода от финансиране в момента на получаването му (октомври 2017), като впоследствие приключи сметка 706 финансираня в 122 Печалби и/или загуби от предходна година. Недостатък на този метод е, че реално се използва способът за отчитане на счетоводни грешки и не би било коректно в масовата практика предприятията всяка година да правят корекции на финансовите отчети от предходната година.

Третият подход и може би и най-подходящ е предприятието да признае прихода в момента на получаване и да приключи сметката за приход от финансираня в 123 печалби или загуби от текуща година, като оповести изрично в приложенията, че спазвайки НСС, предприятието е възможно да постигне отклонение в реалния финансов резултат за годината, тъй като са признати приходи, отнасящи се за предходни отчетни периоди. Друг недостатък при този подход би бил невъзможността от реално определяне на фактическата себестойност на продукцията, тъй като разходите по придобиването се отчитат в един отчетен период, а приходите от финансиранята в друг. Въпреки това предприятията могат да организират за управленски цели вътрешни модели за коректно определяне на себестойността на единица продукция.

Като обобщаващи **изводи**:

- 1) Според действащите стандарти съществено се нарушава принципът на начисляването по отношение признаване на прихода, свързан с правителствените дарения. Под въпрос е и прилагането на принципа за вярно и честно представяне.
- 2) Поради различните периоди, в които се начисляват съответстващи приходи и разходи, свързани със селскостопанска продукция, за счетоводни цели трудно можем да определим реалната фактическа себестойност.
- 3) С оглед на вярното и честно представяне на информацията за счетоводни цели предприятията могат да отчетат прихода от финансиранята в годината, за която се отнася, като изрично оповестят в бележките на финансовия отчет тези факти и обстоятелства.

#### **Използвана литература:**

1. Герганов, Г. „Счетоводство на селското стопанство, селскостопанските кооперации и сдружения“. София: Нова звезда, 2010.
2. Стефанов С., Тончев, И. „Счетоводство“, Наука и икономика, 2014 г.
3. Закон за подпомагане на земеделските производители, посл. изм. ДВ, бр. 66 от 26.07.2013 г.
4. Закон за счетоводството, посл. изм. и доп. ДВ, бр. 22 от 13 март 2018 г.
5. Закон за акцизите и данъчните складове, изм. и доп. ДВ, бр. 24 от 16 март 2018 г.
6. Закон за корпоративното подоходно облагане, посл. изм. ДВ, бр. 15 от 16 февруари 2018 г.
7. НСС 2 Отчитане на стоково материалните запаси, изм. ДВ, бр. 86 от 26 октомври 2007 г.
8. НСС 20 Отчитане на правителствени дарения и оповестяване на правителствена помощ, изм. ДВ, бр. 86 от 26 октомври 2007 г.
9. НСС 41 Селско стопанство, изм. ДВ, бр. 86 от 26 октомври 2007 г.
10. МСС 20 Счетоводно отчитане на безвъзмездните средства, предоставени от държавата и оповестяване на държавна помощ, Регламент (ЕС) № 475/2012 на Комисията от 5 юни 2012 г.
11. МСС 41 Земеделие, Регламент (ЕО) № 70/2009 на Комисията от 23 януари 2009 г.

# Подобряване условията на труд с европейски средства (на примера на строителна фирма „САВ-Разград“ ООД)

**Катрин Светославова Петрова**

*Катедра „Икономика и управление на строителството“*

*Специалност „Икономика на строителството“*

*Икономически университет – Варна*

**Н**емският философ Артур Шопенхауер (1788-1860) казва: „Здравето не е всичко, но без здраве всичко е нищо“<sup>1</sup>. Шопенхауер не е единственият човек, осъзнал неизмеримата стойност на здравето. Четирима от всеки петима граждани на Европа посочват, че доброто здраве определя качеството им на живот.

Фирмената политика по осигуряване на безопасни и здравословни условия на труд е ангажимент на ръководството на всяко предприятие. Тя трябва да бъде конкретно формулирана и на тази основа да бъде създаден механизъм за нейното реализиране и управление<sup>2</sup>. Безопасните и здравословни условия на труд обхващат всичко онова, което правят работодателите, техните служители и обществото за подобряване на здравето и благосъстоянието на работещите на работното място. Това включва:

1. Подобряване на организацията на работа, например чрез осигуряване на гъвкаво работно време, предлагане на гъвкави работни места и осигуряване на възможности за учене през целия живот.
2. Подобряване на работната среда чрез насърчаване на подкрепата от страна на колегите, включване на служителите в мероприятия за подобряване на работната среда, предлагане на здравословна храна.
3. Насърчаване на участието от страна на служителите в здравословни дейности.
4. Насърчаване на личното развитие.

Осигуряването на безопасни и здравословни условия на труд е свързано със значителни финансови средства. Една част от предприятията в страната изпитват трудности за осигуряване на финансови средства. Затова разработването на проект се оказва една добра възможност за българските предприятия.

Обект на изследване в настоящата разработка е строителната фирма „САВ-Разград“ ООД, основана през 1994 г. Предмет на изследване е изпълняваният

<sup>1</sup> <https://bg.wikiquote.org/wiki/>

<sup>2</sup> <http://www.gli.government.bg/> – сайта на изпълнителна агенция „Главна инспекция по труда“, актуално към 03.05.2018 г.



от дружеството проект за подобрявания на условията на труд, финансиран с европейски средства. Целта, която си поставя авторът, е да изследва реализацията на проекта „Подобряване на условията на труд и оптимизация на трудовата дейност в строителна фирма „САВ-Разград“ ООД, финансиран по оперативна програма РЧР 2014 – 2020 г., и на тази основа да се посочат ефектите за предприятието, които ще бъдат постигнати.

Строителната фирма „САВ-Разград“ ООД<sup>3</sup> е с дългогодишен опит в строителния бранш. С успешното си представяне на строителния пазар фирмата печели много клиенти и тяхното доверие, доказвайки се като изключителен, коректен партньор, като в подкрепа на това са получените призове и референции за добрите резултати и бизнес отношения. „САВ-Разград“ ООД е член на Камарата на строителите в България от 2006 г. и е регистрирана в Централния професионален регистър на строителите с удостоверение № I-TV016893 и обхват строежи от трета до пета категория – за строежи от високото строителство, прилежащата му инфраструктура, електронни съобщителни мрежи и съоръжения.

Строителната фирма „САВ-Разград“ ООД е специализирана в ниското строителство – ремонт на сгради, търговски обекти и складови помещения и има за цел да предложи на клиентите си висококачествено строителство на приемливи цени. Екип от професионалисти следи стриктно строителните процеси и използването на качествени материали. „САВ-Разград“ се стреми максимално да работи със свое собствено оборудване. Разполага с машини и инструменти, подходящи за всякакви строителни дейности, за да изпълнява в срок поетите ангажименти.

Предмет на дейност са:

- ◆ общо строителство на сгради и строителни съоръжения
- ◆ строително-монтажни работи
- ◆ довършителни дейности

Строителна фирма „САВ-Разград“ ООД е бенефициент по проект „Подобряване на условията на труд и оптимизация на трудовата дейност в „САВ-Разград“ ООД“. Проектът е един от одобрените за финансиране проекти по процедура BG05M9OP001-1.008 „Добри и безопасни условия на труд“, открита в рамките на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ 2014 – 2020, съфинансирана от Европейския социален фонд.

Стойността на проекта е 220 791.10 лв., като процентът на безвъзмездната финансова помощ е 100% (85% от ЕСФ и 15% национално съфинансиране). Продължителността на изпълнение на проекта е 13 месеца. Договорът за предоставяне на безвъзмездната финансова помощ е сключен на 20.06.2017 г., с което е поставено и началото на изпълнение на проекта. Проектът следва да приключи на 20.07.2018 г.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> <https://savrazgrad.com/> – сайт на строителна фирма „САВ-Разград“ ООД.

<sup>4</sup> По данни от строителна фирма „САВ-Разград“ ООД.

Основната цел на проекта е да се подобри работната среда и да се оптимизира трудовата дейност в предприятието. Тази основна цел ще бъде постигната чрез четири специфични цели, а именно:

1. Да се въведат нови и ефективни организационни модели и системи за управление на човешките ресурси.
2. Да се обновят и подобрят индивидуалните средства за защита за постигане на по-висок стандарт на здравословни и безопасни условия на труд.
3. Да се внедрят нови колективни мерки за защита за чувствително подобряване на параметрите на работната среда на рискови работни места.
4. Да се повиши удовлетвореността и мотивацията на служителите.

Дейностите, включени в обхвата на проекта, са съобразени със спецификата на работните места в предприятието, възможните за опасности и риска при работа. Особен акцент се поставя върху заетите лица на възраст над 54 години и лицата с намалена работоспособност, както и лицата от малцинствата.

Първата дейност е разработване и внедряване на система за управление на човешките ресурси. Стойността на тази дейност е 24 000.00 лв. и е с продължителност на изпълнение шест месеца. В дружеството работят 61 души, от които 24 лица над 54-годишна възраст и 1 лице с намалена трудоспособност. Изпълнението на тази дейност ще даде възможности за по-добро съвместяване на професионалния и личния живот, по-голяма гъвкавост по отношение на организацията на работното време и по-добри системи за определяне на заплащането на труда.

Втората дейност, която е включена в проекта за строителна фирма „САВ-Разград“ ООД, е закупуване на лични предпазни средства (ЛПС) и специално работно облекло (СРО), с което ще се намалят трудовите злополуки и ще се подобри здравният статус на работниците. Стойността ѝ е 63 734.70 лв. и е с продължителност три месеца. Работещите в строителна фирма „САВ-Разград“ ООД са осигурени с лични предпазни средства, но някои от тях са с изтичащ срок на експлоатация, а други се нуждаят от замяна с цел подобряване степента на защита. В условия на динамичен пазар и сериозна конкуренция сред производствения бранш, където борбата за качествена работна ръка е голяма, е важно компанията да запази своите служители, като им демонстрира ангажираност към въпросите за безопасност и здраве при работа и предприема активни мерки за социална защита. Със закупуването на нови и по-ефективни ЛПС и СРО за служителите ще се подобри работната среда в предприятието, ще се осигурят по-добри и безопасни условия на труд, което пряко ще повлияе върху подобряване качеството на работните места и ще рефлектира положително върху производителността на труда.

Третата дейност по проекта е внедряване на климатична техника в производствената база на фирмата. Продължителността ѝ е отново четири месеца, а стойността е 12 498.00 лв. С реализирането на тази дейност ще се подобри

микроклиматът в производствената база на фирмата, в която се извършва основното производство и строителни заготовки на предприятието.

В рамките на проекта е планирано внедряването и сертифицирането на Стандарт за здраве и безопасност при работа: BS OHSAS 18001:2007. Стандартизирането на работните процеси в съответствие с изискванията на стандарта ще направи възможно осъществяването на непрекъснат контрол по отношение на безопасните и здравословни условия на труд в дружеството, както и тяхното непрекъснато подобряване. Чрез внедряването на стандарта се постига по-нататъшно усъвършенстване на организацията на трудовата дейност, по-безопасна работна среда и защита на персонала от трудови злополуки.

Друга дейност предвижда осигуряването на организиран ежедневен транспорт до и от работното място на 18 лица, работещи в строителна фирма „САВ-Разград“ ООД. Чрез осигуряването на организиран транспорт от и до работното място ще се насърчи географската мобилност на работещите във фирмата. Европейската практика показва, че териториалната мобилност допринася за по-добра професионална мобилност, защото осигурява възможност за запазване и развитие на професионалните умения.

Следващата дейност, която ще разгледаме е задължителна за всички проекти и това е осигуряването на публичност, и визуализация на проекта. Тук стойността е 1 922.00 лв., а продължителността тринадесет месеца, т.е. през цялата продължителност на проекта. Чрез тази дейност се популяризира проектът и постигнатите резултати и обществеността се информира за получената безвъзмездна финансова помощ от ЕС.

Последната дейност, включена в проекта, е сформирането на квалифициран и опитен екип от експерти, който изцяло да отговаря за изпълнението на проекта. Това е ключов момент за успешното изпълнение на проекта. Тази дейност също е задължителна за всеки проект. Екипът за управление е тричленен и включва ръководител на проекта, координатор и счетоводител с вменена финансова отговорност.

До края на изпълнение на проекта остават по-малко от три месеца. Дотук изпълнените дейности са: разработване и внедряване на система за управление на човешките ресурси, осигуряване на безопасни и здравословни условия на труд чрез закупуване на ЛПС, осигуряване на средства за колективна защита, внедряване и сертифициране на стандарт за здраве и безопасност при работа: BS OHSAS 180 01:2007, внедряване на климатична техника в производствената база на фирмата, както и осигуряване на контрол и управление по проекта. Това, което все още се изпълнява като дейност, е осигуряването на фирмен транспорт на работещите в околностите на работното си място, осигуряване на публичност и визуализация на проекта и установяване на контрола по проекта. Тези дейности се очаква да приключат в края на месец юли, когато ще приключи и самият проект. Дотук направените разходи възлизат на стойност от 212 696,60 лв.

Основните резултати са свързани с решаване на идентифицираните проблеми като подмяната на ЛПС на служителите във фирмата, оборудването с климатична техника, новия софтуер, който доведе до оптимизация на много административни и организационни процеси, което пък от своя страна допринася за постигане на по-висока гъвкавост и сигурност на самото работно място, по-високо качество на работните места и условията на труд в предприятията, подобряване на работната среда и усъвършенстване на знанията и уменията на персонала.

С изпълнението на проекта ще бъде осигурено значително подобрение на работната среда и защитеността на работещите посредством осигуряване на климатична техника, както и придобиване на висококачествени лични предпазни средства, специализирано работно облекло и средства за колективна защита. Предвидените дейности ще окажат положителен ефект и върху качеството и производителността на труда, както и ще дадат принос за ниско въглеродна икономика с въвеждането на съвременна отоплителна инсталация, която е с нисък разход на гориво и намалява замърсяването на околната среда.

Подобряването на съществуващите и въвеждането на нови организационни практики, модели и системи за управление на човешките ресурси, инвестирането в безопасни и здравословни условия на труд е друг резултат, който ще провокира последващи активности и инициативи за включване на служителите и работниците при провеждане и разработване на бъдещи проекти. Осигуряването на климатична техника, както и придобиването на висококачествени лични предпазни средства ще окажат положителен ефект и върху качеството и производителността на труда. Всички тези резултати са предпоставка за устойчивост във времето и по-добра работа както на работниците и служителите, така и на мениджърите.

Освен постигането на преки резултати проектът има мултиплициращ ефект, който се проявява чрез:

- ◆ надграждане и разширяване на уменията на служителите във фирмата;
- ◆ разпространение на добрия опит от изпълнението на дейностите по проекта и сред други фирми, което от своя страна води до устойчиво развитие за целевите групи.

Добре е натрупаният опит в управлението на проекта да се използва за следващ проект, финансиран със средства от ЕС или друг донор, със същия или друг интензитет на безвъзмездната помощ.

Според автора след приключването на проекта за строителна фирма „САВ-Разград“ ООД е препоръчително да обмисли и продължи с надграждане на постигнатите резултати, както и да продължи партньорствата си, установени по време на изпълнението на проекта и да обменя иновативни практики и опит.

Използването на европейските фондове е една много ефективна форма на финансиране на българските предприятия, възможностите на която трябва да

се използват в максимална степен, включително и за подобряване на условията на труд.

Българските предприятия, получили подкрепа на своите проекти по ОП „Развитие на човешките ресурси“ 2014-2020 за подобряване на условията на труд, са общо 349, на обща стойност от почти 75 млн. лв.<sup>5</sup>. Очаква се след изпълнението на всички проекти над 8 000 лица да работят при по-добри и по-безопасни условия на труд. Това е малка част от работните места, но е крачка в правилната посока.

#### ***Използвана литература:***

1. <http://2020.eufunds.bg/bg> – Информационна система за управление и наблюдение
2. <http://www.gli.government.bg> – Изпълнителна агенция „Главна инспекция по труда“
3. <https://savrazgrad.com/> – сайт на строителна фирма „САВ-Разград“ ООД
4. <https://www.mlsp.government.bg> – сайт на Министерство на труда и социалната политика

---

<sup>5</sup> <http://2020.eufunds.bg/bg/>, информационна система за управление и наблюдение на средствата от ЕС в България 2020, актуално към 03.05.2018 г.

# Състояние и тенденции на иновациите в медицината в България

**Александра Пламенова Колева**

*Катедра „Икономика и управление на строителството“*

*Специалност „Бизнес икономика“*

*Икономически университет – Варна*

## Увод

**Националната здравна стратегия за периода 2014 – 2020<sup>1</sup>** година на Република България е насочена към разработване на ефективни инструменти и механизми за улесняване на внедряването на здравни технологии, иновации и инвестиции в медицинската практика и с цел да се допринесе за постигането на новаторска и устойчива здравна система. Политиката е насочена към адекватното инвестиране в здравеопазването, което да доведе до добавена стойност за обществото. Допълнителните инвестиции са необходими не само от социални и етични съображения, като в дългосрочен план те ще допринесат за подобряване на конкурентоспособността на нацията в икономическо отношение. Основен акцент е създаване на механизми за адекватно планиране и устойчиво развитие на иновативни услуги и високотехнологични методи за диагностика и лечение, които независимо от първоначалния обем на инвестициите ще доведат не само до значим здравен ефект, но и до намаляване на разходите за здраве в дългосрочен план.

**Обект** на настоящото изследване е създаването и учредяването на предприятие за производство на 3D принтирани човешки органи, а негов **предмет** е навлизането на 3D биопринтирането в медицинската практика през 20-те години на XXI век.

**Целта** на автора на настоящата разработка е да предложи иновационен подход за създаване, отглеждане и трансплантиране на вътрешни и външни човешки органи посредством съвместна работа с легитимизираните в България болници, предлагайки метод за намаляване на трупното донорство за сметка на технологичния прогрес.

## Технология на триизмерно принтиране в медицинската практика

**3D принтирането** и 3D сканирането в медицината се осъществява от няколко години чрез използването на ядрено-магнитен резонанс и компютърна томография. В днешно време процесът на развитие напредва чрез въвеждане-

---

<sup>1</sup> Национална здравна стратегия на РБ за периода 2014 – 2020 г. [https://www.mh.government.bg/media/filer\\_public/2015/04/08/nacionalna-zdravna-strategia\\_2014-2020.pdf](https://www.mh.government.bg/media/filer_public/2015/04/08/nacionalna-zdravna-strategia_2014-2020.pdf).

то на 3D сканирането и повишеното количество от техники за 3D принтиране, които позволяват персонализирано лечение за индивидуалния пациент чрез минимум разходи и висока технология. Към момента възможностите на 3D-принтирането са неограничени. Сред най-честите приложения в медицината се нареждат:

- Принтиране на тънки кръвоносни съдове
- Принтиране на части за протези
- Принтиране на специално работени сензори
- Принтиране на медицински модели
- Принтиране на кости
- Принтиране на сърдечни клапи
- Принтиране на ушен хрущял
- Принтиране на медицинско оборудване
- Принтиране на череп
- Принтиране на изкуствена кожа
- Принтиране на органи

„Иновиум БиоМед Солушънс“ ООД, гр. Варна – предприемачески алгоритъм за иновация в медицината

„Иновиум БиоМед Солушънс“ е дружество с ограничена отговорност, регистрирано на 03.04.2017 г. в Търговския регистър като предприятие, в което се прилагат неконвенционални методи за благоприятно въздействие на индивидуалното здраве, дружеството е класифицирано като медико-техническа лаборатория, съгласно ЗЛЗ (чл. 18, ал. 2). Обектът е въведен в експлоатация веднага след създаването му с разрешение от РИОКОЗ – Варна и удостоверение от ЗООС (чл. 105), на основание от ЗЗ (чл. 170) и ТЗ. Седалището на предприятието, по-долу наричано фирма с цел избягване на повторение, е на територията на Република България, град Варна, с материална база, позиционирана на територията на Бизнес парк – Варна, на площ от 300 кв. м. Предмет на дейност е производство и продажба/разпространение на човешки органи, посредством технология за 3D – принтиране с цел иновация в медицинските изследвания/проучвания. Предприятието е ситуирано в медицинския отрасъл и към момента на територията на страната няма съществуващи конкуренти.

**Технологията на производство** се базира на съществуващите системи, които създават триизмерни модели на компоненти в индустрията. Разликата при биопринтирането е, че вместо пластове пластмаса 3D принтерът наслагва слоеве биологични градивни материали, за да създаде истинска жива тъкан. Принтерът използва клетки от тялото на пациента, за да не може създадената тъкан да бъде по-късно отхвърлена. Триизмерният модел на органа или артерията първо трябва да се принтира, след което пластове от клетки се натрупват един върху друг. Две принтиращи глави, подобни на лазерните, се използват, за да поставят живи клетки върху тънки пластове от гел с микроскопична точност. Многобройни такива пластове се поставят един върху други в специално създадена матрица, след което клетките започват да се слепват. По този начин

един кръвоносен съд се изгражда за около един час, а клетките се съединяват за няколко дни. Предприятието се насочва към най-търсените и необходими за потребителите в България – бъбреци, сърце, дробове – бели и черен, черва.

Следва да се обърне внимание на данните от „Изпълнителна агенция по трансплантациите“<sup>2</sup>, актуални към месец април 2018 г. В сравнение с данните от 2014 г. може да се отбележи, че се наблюдава ръст от около 20%. (вж. табл. 1).

**Таблица 1.** Потенциални реципиенти на органи към м. април 2018 г.

Реципиент на орган	Брой чакащи
Бъбрек	1008
Черен дроб	44
Сърце	39
Бял дроб	16
Панкреас	11
Общо:	1118

Източник: Изпълнителна агенция по трансплантациите.

Клиенти са медико-техническите лаборатории на обществените болници, които са финансирани от Министерството на здравеопазването и са легитимирани за извършване на трансплантации, те са 6 на брой: Университетска болница „Лозенец“, „Александровска болница“, „Св. Екатерина“, ВМА, „Пирогов“ – София и „Св. Марина“ – Варна. Останалата част от клиентите са частните болници, които се разплащат чрез финансиране от крайния потребител.

### Основоположници на иновативното начинание

Първата фирма, която следва да бъде разгледана, е „Organovo“<sup>3</sup> (Органово), създадена през 2007 г. в Сан Диего, Калифорния. Предприятието се развива изключително бързо. Започва да тества ефекти от медикаменти на органите, които създава, а впоследствие продължава с изработка на тъкани, като през 2015 г. подписва договор с козметичния гигант „Лореал Париж“ – предоставяйки им био-принтирана човешка кожа с цел изследване на новосъздаващите се козметични продукти, това от своя страна спира и тестването ѝ върху животински видове.

Второто предприятие е не по-малко успешно и развиващо се на пазара – „3Dbio solutions“<sup>4</sup>, със седалище в Москва, Русия, създадено през 2013 г. Начело на екипа е професор доктор Владимир Миронов, който през 2014 г. създава първия руски био принтер и го патентова в полза на предприятието

<sup>2</sup> Изпълнителна агенция по трансплантациите: <https://bgtransplant.bg/iat/registers%20and%20statistics.php>.

<sup>3</sup> Производител „Organovo“: <https://organovo.com/>.

<sup>4</sup> Производител „3Dbio Solutions“: <http://www.bioprinting.ru/en/>.



– именува го Фабион. През 2015 г. фирмата разработва първите си външни органи, като вече има успешно присадени крайници.

## **Дифузия на нововъведението на пазара**

Дейността достига до потребителите чрез комуникационните канали, които биха могли да съдействат продукта да се отнесе единствено и само до целевата група. Клиентите болници ще снабдяват с необходимата информация потребителите, които имат интерес към получаването на орган. За тази цел от всяка болница в страната следва да бъде повикан по един представител от борда на директорите, който да присъства на пресконференция в столицата, за да се запознае персоналът на лечебните заведения с новонавлизащата технология. В рамките на един ден оторизираните присъстващи ще получат достъп до дейността на дружеството – технологии, продукти и предложения чрез изявление и презентацията. Всеки от тях ще се сдобие и с комплект материали, необходими за представянето на продуктите в своята болница. Във всяко лечебно заведение в сектор „Информация“ или „Регистратура“ ще бъдат лансирани брошури и плакати, които да уведомят целевата група за новата технология. Ще бъде разработен и сайт, чрез който потребителите ще могат да добият пълна представа за фирмата и продуктите ѝ, както и да отправят своите запитвания в контактна форма, на която ще отговаря специалист-лаборант. Рекламните материали ще присъстват и във всеки център за хемодиализа или друга специализирана грижа за нуждаещите се от трансплантация, както и в медицински учебни заведения на територията на страната. Ще се организира и публична проява – покана към телевизии, вестници и други медии, които да отразят откриването на центъра. Веднъж месечно лабораторията ще организира ден на отворените врати, когато всеки би могъл да дойде и разгледа лично начина на работа – съхранение, производство, отглеждане и грижа за органите.

## **Цената на бъдещето**

Цените на продуктите се формират на база тяхното относително тегло, тоест материала, разходван за изграждането им, в това число и тока и осветлението, необходими за отглеждането на органите в инкубатори. Освен това следва да се има предвид трудът по проектирането и симулацията на органа във виртуални условия, както и вниманието, необходимо по изграждането и зреенето на продукта в специално създадени за целта условия.

Цената на „Иновиум БиоМед Солушънс“ ще бъде разходно ориентирана, с печалба от 100%. Тейлъризмът<sup>5</sup> сочи, че след покриването на разходите за изработката и отглеждането на органа печалбата, която ще бъде в размер на този разход (100%), ще бъде по равно разпределена между собствениците и персонала. Според Тейлър служителите са склонни да повишат продуктивността си,

<sup>5</sup> Серафимова, Д. Теория на управлението. Варна: Стено, 2015.

ако „в края на деня“ ще имат равна облага с този, който ги дирижира. Екипът, работещ над поръчан орган, ще получи 50% от печалбата, разпределена като дивидент между служителите. Останалите 50% ще бъдат разпределени между общофирмените разходи на предприятието, инвеститорите и собствениците.

## Суровините на XXI век

„Иновиум БиоМед Солушънс“ ООД ще работи с швейцарския робот **RegenHU**<sup>6</sup>. Той предлага две програми на работа – **BioInk** и **OsteoInk**, респективно на първата се създават клетки, тъкани и органи, а на втората костни съоръжения. Комбинирайки множество извънклетъчни материали, хидрогелове и биоактивни клетки в специално разработена триизмерна среда, прилагайки високодинамични мрежи от протеини и тъкани, измененията се превръщат в клетъчни конструкции, подлежащи на контрол. Моделът е разработен, позволявайки изследвания чрез биомолекули и мек, гъвкав материал, превръщайки се в 3D композит, оформящ структури с мимически биометрични тъканни конструкции. Машината пристига със система 3D-Discovery, конфигурирана платформа за създаване и проектиране на потенциални тъкани.

BioInk и OsteoInk се състоят от колаген, фибрин, ангинат, торбин и поликапролактин. Поради високите цени на елементите само по себе си (колаген – от 5 до 6 хил. USD за 1/2 кг и поликапролактин от 200 до 300 USD за 1/2 кг) дружеството избира да поръчва готов хидрогел от производителя на RegenHU, вместо лично да създава такъв. В зависимост от цвета и големината цената на биопейпъра варира от 20 USD до 200 USD за кг, за да се примесят петте елемента и да се получи 1 кг чист композит, ако приемем, че се работи със среден клас материали от 100 USD за килограм, то за 1 кг плазма ще заплатят 500 USD.

## „H2H“ в предприятието

**Организационната структура** в предприятието почива върху два основни образа – специалиста по клетъчни изменения Елана Буланова, по настоящем работеща за конкурента „3Dбио Солушънс“ и проф. Антъни Атала – „покривителя“ на клетките – именно той за първи път изфабрикува орган на база клетки от пациента през 2006 г. – пикочен мехур.

Предвидени са ежеседмични заседания на служителите и съдружниците с оглед на възприетата концепция за управление „H2H“<sup>7</sup>. Същността на фирмената култура се изразява в пренебрегването на комерсиалните „B2B“ и „B2C“ възгледи за пазара и внедряването на „Human to Human“ вид на отношенията между служителите и ръководния персонал на дружеството. Представителна власт на персонала има професор Атала, който ще изнася отчет за дейността, напредъка

<sup>6</sup> Производител Regen HU: <https://www.regenhu.com/>.

<sup>7</sup> Kramer, V. H2H. E-book, 2014.

и необходимостта на промени. Дневният ред предвижда да се разглеждат точките: недостиг на служители, необходимост от смяна на материали, поддръжка на софтуера и оборудването, удовлетвореност от условията на работа, необходимост от нови технологии и други. Идеята на отчетността в тази ѝ форма е, че най-добрите съветници и консултантите са в ядрото на предприятието.

Също така ежесечно всеки член от персонала ще посещава отдел администрация, където може да заяви желание за промени, подобрения или да отбележи и изрази недоволство по всякакви вътрешнофирмени въпроси. Дейността на фирмата би могла да бъде подпомогната от европейски проекти, благотворителни фондации или безвъзмездни дарения в полза на научната дейност, както и държавни субсидии.

## **Инвестиция и НИРД**

Имайки предвид разходите по учредяване на дружеството, закупуване на административно и офис обзавеждане, както и лабораторно оборудване, **инвестицията** възлиза на стойност от близо милион и половина лева. С оглед предвидената нетна настояща стойност на паричните потоци в размер на 210 000 лв. месечно и нормата на възвръщаемост, при норма на дисконтиране 6%, за период от 10 години инвестицията следва да бъде възстановена.

Специалистите и изследователи, част от служителите на медико-техническата лаборатория предвиждат заложените **статистически прогнози**, които следва да бъдат разчетени след първата година от дейността на дружеството. Целта на хипотезите ще бъде планиране на клиничен експеримент с две групи пациенти – една с конвенционално третиращи и една с трансплантирани принтирани органи. Очаква се да бъде изследвано състоянието на пациентите по време и след операцията, за да се проучи приемствеността на органа, неговото правилно интегриране в човешкия организъм, както и ефектите от последващата му употреба. Тук следва да бъдат изследвани множество показатели, сред които преживяемост на операцията, продължителност на живота, отключване на странични заболявания, физическо и психологическо състояние на реципиента. На база получените данни ще се разработват подобрения както в продукта, така и в процедурите по предлагане на гамата и следпродажбено и гаранционно обслужване на пациентите. Клиничните експерименти обикновено включват между 8 и 12 души във всяка изследвана група и биват наблюдавани за продължителен период от време с оглед изследване на ефектите в дългосрочен план.

## **Заключение**

**Отзвукът** от една подобна иновация на територията на страната е преди всичко социален – насочен към благоустрояването на здравеопазването. Освен това е и технологичен – с поглед към бъдещите иновативни технологии, но

освен това е и икономически – коренно ще измени състоянието на страната. Следва да се отбележат и възможности за демографски изменения вследствие на миграционни вълни на завръщащи се граждани или новоприиждащи експерти в иновативни предприемачески направления. С оглед на изложената информация **препоръките** на автора са в две основни направления:

- ◆ Създаване на повече възможности за достъп и активно участие в иновационни мрежи – за обмяна на идеи, за инициране, финансиране и осъществяване на иновационни проекти с особен акцент върху международно базираните, както и във всички други мрежи.
- ◆ Развитие на проиновативна инфраструктура от посредници – инкубатори, технологични центрове, научно-технически паркове, центрове за трансфер на знания към предприятията, спин-оф организации към университетите, които ще осигурят връзките между научните институти, университетите и предприятията с иновационен потенциал.

Продуктово-технологична иновация от подобен тип е не просто ординарна, търсеца изява сред нови пазари, тя се характеризира и като основна, с оглед необходимостта от предварителна настройка на бъдещата целева група относно важността на предстоящото нововъведение. Подобна радикална промяна, теглена от потребността да се съхрани един живот, е **революция** както в медицински, така и в чисто човешки план.

#### **Използвана литература:**

1. *Серафимова, Д. Теория на управлението. Варна: Стено, 2015.*
2. *Kramer, B. H2H. E-book, 2014.*
3. *Националната здравна стратегия за периода 2014 – 2020 г.*
4. <https://bgtransplant.bg/iat/registers%20and%20statistics.php> – сайт на ИАТ
5. <http://www.bioprinting.ru/en/> – сайт на 3Dbio Solutions
6. <https://organovo.com/> – сайт на Organovo
7. <https://www.regenhu.com/> – сайт на RegenHU

# Изследване на пазара на жилищни имоти в град Варна

Теодора Георгиева Христова

*Катедра „Икономика и управление на строителството“  
Специалност „Икономика на недвижимата собственост“  
Икономически университет – Варна*

---

**Резюме:** В доклада е представен анализ на пазара на жилищни недвижими имоти в град Варна за периода 2015 – 2017 г. Изследвани са ключови показатели за оценка на пазарната активност, като: заетост; средна работна заплата; брой издадени разрешения за строеж; брой новопостроени сгради; изменение на цените на недвижимите имоти; промяна на профила на купувачите, на техните предпочитания и вкусове и др.

**Ключови думи:** пазар на недвижими имоти, жилище, пазарни цени, пазарна активност, икономически показатели.

---

## Увод

Пазарът на недвижими имоти оказва изключително влияние върху живота и дейността на хората и стопанските субекти. Той е част от пазарната система и като такава е в постоянна връзка и взаимодействие с останалите видове пазари, като същевременно се различава от тях по редица специфични особености.

В сферата на недвижимите имоти пазарът отразява действителните и потенциални сделки с обекти на недвижимата собственост при непрекъснато движение на техните цени, които се влияят от пазарната активност на основните пазарни субекти (купувачи и продавачи) на национално и локално (местно) ниво.

**Обектът** на изследване в доклада е град Варна.

**Предметът** на изследване е пазарът на жилищни имоти на местно равнище, а именно град Варна.

**Целта**, която си поставяме, е чрез разглеждане на основни теоретични въпроси на пазара на недвижими имоти да се изследва на местно равнище, с акцент жилищният пазар в град Варна за периода 2015 – 2017 г., и на тази основа да се очертаят перспективите за неговото развитие.

## 1. Основни теоретични въпроси на пазара на недвижими имоти

Понятието „*недвижими имоти*“ са земята и подобренията върху нея в качеството им на физическа субстанция, а с прибавени към него имуществени права се оформя понятието „*недвижима собственост*“. По този начин недвижимите имоти придобиват стойност и стават източник на блага.<sup>1</sup> На тази основа *пазарът на недвижими имоти* се определя от Петко Монеv като „свкупност от съществуващи и потенциални платежоспособни купувачи (индивиди и организации) на недвижими имоти (в чист вид или със съпътстващите ги услуги) – влизащи в сложна система от икономически, човешки и правни отношения с продавачите и с останалите участници на пазара, за да реализират сделки, които включват и основното (на собственост) и/или специфичните (на строеж, надстрояване и пристрояване) права върху тях и които удовлетворяват техните потребности“.<sup>2</sup>

*Спецификата на пазара на обекти на недвижимата собственост* се проявява в това, че той няма определено място за покупко-продажба и има силно изразена локализация, персонификация и сегментация. Той се отличава от останалите пазари по редица особености, които могат да бъдат обобщени по следния начин: подвластен е на местните икономически и пазарни условия; необходими са значителни по размер средства за участие на пазара (първичен, вторичен); на практика почти никога не достига до равновесие между търсене и предлагане; сравнително висока степен на държавно регулиране (административно, икономическо и правно); висока степен на риск (технически, юридически, административен и икономически) и др.<sup>3</sup>

*Основните участници на пазара* на недвижими имоти са държавата, общините, физическите и юридически лица. В зависимост от икономическата си роля могат условно да се обединят в четири групи: продавачи (наемодатели, арендодатели); купувачи (наематели, арендатори); институционални и неинституционални участници.

За да се направи комплексна характеристика на пазара на недвижими имоти, е необходимо да се изяснят факторите, които оказват влияние върху него. Те са най-разнообразни и са с различна тежест при всеки отделен имот. Въпреки това влияещите фактори могат да бъдат групирани по следния начин: природно-географски, демографски, политически, социално-психологически, икономически и специфични. Тези фактори оказват непосредствено влияние върху пазара както на национално, така и на местно (локално) ниво.

От всички видове пазари (на жилищни, нежилищни имоти и земни участъци) доминиращ е безспорно *пазарът на жилищни недвижими*.

<sup>1</sup> Илиев, Пл., Г. Генов, К. Калинков, и др. Недвижимата собственост в България в условията на евроинтеграция. Варна, Наука и икономика, 2007, с. 14.

<sup>2</sup> Пак там, с. 91.

<sup>3</sup> Вж. по-подробно: Стоянов, Ст., Пл. Илиев, Р. Калчев и др. Икономика на недвижимата собственост. Варна, Наука и икономика, 2013, с. 106–107.

*Жилището е необходимост и благо, продукт на пазара*, отговарящ на високи качествени изисквания, енергийна ефективност, определена социална и жилищна среда, гъвкавост и функционалност в разпределенията на жилищната площ. Основната функция на жилището е обитаване, но то е и средство за поддържане на определен социален статус, за задоволяване на различни вкусове и предпочитания.

Финансовите възможности на населението да инвестира в жилищни недвижими имоти е определящо за състоянието на пазара.<sup>4</sup>

## 2. Анализ на пазара на жилищни недвижими имоти в град Варна

Варна е град в североизточна България, административен център на едноименните област и община. *Географското положение, климатичните и икономически условия* са основни предпоставки за развитието на пазара на недвижими имоти в град Варна. *Миграцията на млади хора* от по-малките градове, *по-високите възнаграждения и ниските нива на лихвите* на банковите кредити допълнително благоприятстват търсенето на жилищни имоти в града.

Варна е градът у нас с отчетен най-голям ръст при сделките с недвижими имоти през 2017 г., приблизително 12% на годишна база, като по данни на Националния статистически институт са осъществени близо 12 000 сделки.<sup>5</sup>

За анализ на динамиката на пазара на жилищни недвижими имоти в град Варна е необходимо да се изследват ключови показатели, характеризиращи пазарната активност, като: изменение на цените на недвижимите имоти; промяна на профила на купувачите, на техните предпочитания и вкусове; както и основни икономически показатели, като: брутен вътрешен продукт, заетост на населението, средна работна заплата; брой издадени разрешения за строеж на жилищни сгради, брой новопостроени сгради и др. Град Варна е център на област Варна, повече от 80% от населението в областта и основния дял на произведените стоки и услуги са концентрирани в града. Поради тази причина изследваме показатели, отнасящи се до област Варна, като акцентът е върху пазара на недвижими имоти, конкретно в областния център град Варна.

Варна е един от трите града в България с най-голям икономически растеж, което се потвърждава от данните за произведения брутен вътрешен продукт, заетостта на населението и равнището на средната работна заплата:

- ◆ По данни на Националния статистически институт (НСИ) произведеният *брутен вътрешен продукт* (БВП) за област Варна през 2015 година е 5 959 млн. лв. (вж. Таблица 1), или 6,7% от общия за страната. По окончателни данни произведеният брутен вътрешен продукт (БВП) за област Варна през 2016 година е 6 089 млн. лв. (2,2% ръст в номинално изражение), или 6,5% от общия за страната.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Калинков, К. Недвижима собственост. Варна, Геа-принт, 2007, с. 364.

<sup>5</sup> <http://www.nsi.bg/> – Сайт на Национален статистически институт.

<sup>6</sup> <http://www.nsi.bg/> – Сайт на Национален статистически институт.

**Таблица 1.** Брутен вътрешен продукт и брутен вътрешен продукт на човек от населението за 2015/2016 г.

№	Област	БВП – 2015 г. (млн. лева)	БВП на човек от населението (лева)	БВП – 2016 г. (млн. лева)	БВП на човек от населението (лева)
1.	София	35 183	26 690	37 622	28 465
2.	Пловдив	6 861	10 173	7 546	11 222
3.	Варна	5 959	12 589	6 089	12 879
4.	Бургас	4 269	10 310	4 700	11 372
5.	Стара Загора	4 403	13 555	5 240	16 248
6.	Видин	578	6 258	576	6 401

Източник: Разработена от автора по данни от НСИ (<http://www.nsi.bg/>)

- ◆ *Средногодишният брой на наетите лица* по трудово и служебно правоотношение през 2016 г. е 150 698, което представлява 6,6% от общия брой на наетите в страната. В сравнение с 2015 г. броят на наетите намалява с 1 049 души или с 0.7%. Намаление се наблюдава в единадесет от общо 19 икономически дейности, като най-голямо е в секторите „Операции с недвижими имоти“ (11.3%) и „Строителство“ (7.5%)<sup>7</sup>.
- ◆ По показател *средна месечна работна заплата* област Варна се нарежда на второ място в страната след София – град. През 2017 г. средната работна заплата, изчислена на годишна база, е 1002 лв. С нарастване доходите на населението нараства и търсенето на жилищни имоти в града, като купувачите са по-склонни да отделят част от работната си заплата за обслужване на банкови кредити.

Друг съществен показател за активността на пазара на недвижими имоти е *броят на издадените разрешения за строеж*. По данни на НСИ през четвъртото тримесечие на 2017 г. местните администрации в област Варна са издали разрешения за строеж на 116 жилищни сгради с 697 жилища в тях и 101 147 кв. м разгънатата застроена площ (РЗП). В сравнение с четвъртото тримесечие на 2016 г. издадените разрешения за строеж на нови жилищни сгради в област Варна намаляват с 12.8%, жилищата в тях – с 41.5%, а разгънатата им застроена площ е по-малко с 29.2%. По този показател област Варна е на четвърто място в страната след областите Пловдив (с издадени 215 разрешения за строеж на нови жилищни сгради), София (201 бр.) и Бургас (123) броя.

През четвъртото тримесечие на 2017 г. в област Варна е започнал строежът на 105 жилищни сгради с 919 жилища в тях и със 147 544 кв. м обща застроена площ. В сравнение с четвъртото тримесечие на 2016 г. започнатите нови жилищни сгради нарастват с 10.5%, разгънатата им застроена площ – с 25.5%, докато жилищата в тях намаляват с 8.9%.<sup>8</sup>

С оглед изследване *динамиката на цените на жилищните имоти* в град Варна обръщаме приоритетно внимание на десет от по-големите и предпочи-

<sup>7</sup> <https://www.az.government.bg/> – Сайт на Агенция по заетостта.

<sup>8</sup> <http://www.nsi.bg/> – Сайт на Национален статистически институт.



тани квартали, като анализираме три вида жилища – едностаини, двустаини и тристаини, и изменението на техните цени за период от три последователни години (вж. Таблица 2).

**Таблица 2.** Цени на апартаменти в град Варна за периода 2015 – 2017 г.

№	Район	Вид на имота	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
			Цена	€/ml	Цена	€/ml	Цена	€/ml
1.	„Аспарухово“	1-стаен	27550	655	25 650	610	21 375	718
		2-стаен	35150	576	35 149	584	37 050	637
		3-стаен	48207	598	47 500	527	51 300	581
		Общо		585		568		598
2.	„Левски“	1-стаен	23750	665	28405	688	26077	714
		2-стаен	43700	692	45 856	706	48450	731
		3-стаен	61750	674	64600	674	70775	721
		Общо		675		689		723
3.	„Бриз“	1-стаен	29 856	765	29 421	776	33 639	840
		2-стаен	49 004	718	49 400	760	52 250	797
		3-стаен	73 097	750	78 850	785	82 745	823
		Общо		745		781		823
4.	„Виница“	1-стаен	22942	565	20 129	552	22 800	659
		2-стаен	37225	546	40 023	558	37 525	597
		3-стаен	50 112	551	49 305	547	52 240	576
		Общо		549		556		586
5.	„Владислав Варненчик“	1-стаен	19 095	458	21 090	589	25 650	606
		2-стаен	29 440	467	31 350	503	33 487	577
		3-стаен	37 905	427	41 289	465	44 175	541
		Общо		453		493		559
6.	„Възраждане“	1-стаен	22 325	698	26 362	699	-	-
		2-стаен	32774	548	37 040	598	41 800	664
		3-стаен	47927	537	49 305	566	53 784	653
		Общо		563		575		663
7.	„Младост“	1-стаен	25 631	633	26 125	706	24 937	665
		2-стаен	29 440	531	36 574	686	43 510	699
		3-стаен	43 795	597	50 350	642	54 957	669
		Общо		565		661		686
8.	Централна поща	1-стаен	31 340	905	35 577	948	-	-
		2-стаен	47 020	790	54 620	869	51 775	949
		3-стаен	71 630	760	76 745	809	67 450	783
		Общо		759		799		784
9.	„Цветен квартал“	1-стаен	28 395	675	22 277	666	30 390	667
		2-стаен	41 795	681	42 982	729	45 980	704
		3-стаен	56 999	609	61740	701	58 900	709
		Общо		623		709		704
10.	„Чайка“	1-стаен	37 905	812	34 200	789	-	-
		2-стаен	49 400	775	53 746	847	57 570	853
		3-стаен	65 550	753	76 000	847	72 675	817
		Общо		775		868		844

Източник: Разработена от автора по данни от Imot.bg – Сайт за имоти в България (<https://www.imot.bg>).

След период, характеризиращ се със значително предлагане и ограничено търсене, довели до спад на цените с около 30% в края на 2014 г., секторът на недвижимите имоти отчита стабилен растеж. Основни предпоставки за наблюдаваната тенденция са масовото предлагане на жилищни кредити с лихви под 4%, все още ограниченият пазар на новопостроени жилища, както и растящият брой на потенциалните купувачи.

Докато преди 2014 г. основните купувачи са руски граждани, търсещи жилища главно във високия ценови сегмент, понастоящем около 95% от клиентите са български граждани на възраст между 30 – 50 години.

Вътрешната миграция в страната също е сред факторите, които влияят върху жилищния пазар. Поради стабилното икономическо състояние на град Варна все повече хора търсят работа и дом и след своето установяване обмислят и/или предприемат покупка.

Спад в търсенето на жилищни имоти не се отчита в нито един от изследваните райони. Тенденцията, която се очертава, е по-скоро към отчетливо намаляване на т. нар. вторичен пазар на имоти за сметка на интереса към нови жилища. Още в края на 2016 г. обобщените данни на агенции за недвижими имоти<sup>9</sup> в град Варна сочат, че купувачите се насочват към сделки на нива до 100 и над 120 хил. евро за жилище, докато през 2015 г. търсенето е ориентирано предимно към имоти в ценовия диапазон 50 – 70 хил. евро. Освен цената един от най-важните критерии при избора на жилище е качеството на строителните работи, наличието на място за паркиране, добрите общи части, инфраструктурата на района и др.

Семействата с ограничен бюджет предпочитат стари панелни жилища в крайните квартали. Голяма част от купувачите търсят по-голяма жилищна площ на по-ниска цена – между 40 000 евро за двустаен и 60 000 евро за тристаен апартамент. Този тип купувачи се насочват предимно към кварталите „Възраждане“ и „Владислав Варненчик“.

През последната година нараства интересът към жилища с една или две спални в близост до трасетата на градския транспорт и големите супермаркети, встрани от градския център. Подобен пример е жилищен квартал „Бриз“, разположен в северната периферия на Варна, но в близост до Морската градина и магистралата за курорта Златни пясъци.

Тенденция от последната година е и възвръщането на доверието в жилищни имоти като инвестиционна възможност. Според брокери на недвижими имоти във Варна над 70 – 80% от инвестиционните сделки са насочени към апартаменти с цел отдаване под наем. Примери за подобна тенденция са кварталите „Левски“, „Чайка“ и „Цветен квартал“, които са в близост до университетите и други учебни заведения. Средната възвращаемост на инвестициите в такъв тип имоти е в рамките на 4 – 5%.

---

<sup>9</sup> <http://www.nsi.bg/> – Сайт на Национален статистически институт.

### 3. Тенденции за развитие на пазара на жилищни имоти в град Варна

Град Варна продължава да е притегателен център за покупка на жилище, особено на фона на активната миграция на хора от съседни градове. Инвестиционната активност е стабилна, съществен ръст на цените не се очаква.

Големият брой издадени нови разрешения за строеж предполага нарастване на конкуренцията, а оттам – и ограничаване ръста на цените. Броят на жилищните сгради, които предстои да бъдат завършени, се увеличава, макар и с бавни темпове. Тенденцията е предлагането постепенно да отговори на пазарното търсене, което ще доведе до по-устойчив пазар.

Сключените сделки отбелязват повишение от около 5 – 6%, като очакванията са този ръст да се запази и през цялата 2018 г. Засилената активност на купувачите повлиява и върху цените на имотите. Ръстът на цените на жилища е между 8 – 10% спрямо началото на 2017 г.<sup>10</sup> Най-сериозно покачване има в централните райони, където и интересът на купувачите е по-голям, а предлагането – по-ограничено.

Локацията е от ключово значение при покупката на жилище, като предпочитани квартали са: „Център“, „Бриз“, „Левски“, „Възраждане“ и „Чайка“. Най-търсени са двустайните и тристайни апартаменти.

Намаляването на времето за сключване на сделка също говори за продължаващата висока активност на жилищния пазар – близо 65% от купувачите намират търсения имот в рамките на месец, а около 40% от жилищата се реализират за по-малко от 30 дни. Продавачите са все по-добре запознати със състоянието на пазара, предлаганите имоти са на разумни цени и не се наблюдава сериозно разминаване между очакванията на страните.

Сделките с инвестиционна цел бележат значителен ръст, като тенденцията е този показател да нараства и през 2019 г.<sup>11</sup>

### Заклучение

В заключение можем да обобщим, че през изследвания период пазарът на жилищни имоти в град Варна се характеризира с повишено търсене и ограничено предлагане, дължащи се в значителна степен на миграцията на хора от по-малките населени места, увеличаването на доходите на домакинствата и ниските лихвени нива. Достъпното кредитиране, ниските лихвени нива по депозитите и търсене на алтернативни начини за инвестиране са основните фактори за увеличаване на търсенето. Наблюдава се висока активност и кратък период за покупка, все по-информирани и добре обмислени решения за сключване на сделка от страна на купувачите. Продавачите са добре запознати със състоянието на пазара, поради което предлаганите имоти са на разумни

<sup>10</sup> <https://www.imot.bg> – Сайт за имоти в България.

<sup>11</sup> <http://www.nsnj.bg/> – Сайт на Национално сдружение недвижими имоти.

цени. В резултат на това се съкращава времето за покупка, осигурявайки допълнителна устойчивост на пазара.

**Използвана литература:**

1. Илиев, Пл., Г. Генов, К. Калинков, П. Монеv, Р. Калчев. *Недвижимата собственост в България в условията на евроинтеграция*. Варна, Наука и икономика, 2007.
2. Калинков, К. *Недвижима собственост*. Варна, Геа-принт, 2007.
3. Стоянов, Ст., Пл. Илиев, Р. Калчев и др. *Икономика на недвижимата собственост*. Варна, Наука и икономика, 2013.
4. <http://www.nsi.bg> – Сайт на Национален статистически институт.
5. <http://www.nsnl.bg/> – Сайт на Национално сдружение недвижими имоти.
6. <https://www.az.government.bg/> – Сайт на Агенция по заетостта.
7. <https://www.imot.bg/> – Сайт за имоти в България.

# Проект за разработване на нов продукт

**Надежда Димитрова Монева**

**Пламена Иванова Сулева**

*Катедра „Маркетинг“*

*Специалност „Маркетинг“*

*Икономически университет – Варна*

„ВЕМО-99“ ООД е създадена през 1999 г. в гр. София, България. Първоначалната идея е разработване и производство на стандартизирани билкови екстракти от редки лечебни растения. Тъй като в България има изобилен ресурс и разновидност на билков материал, това е доста перспективна идея.

Впоследствие на база собственото производство на растителни екстракти се зараждат нови бизнес единици – разработка и производство на биологично активни хранителни добавки и растителни фуражни добавки, а след това и ензимни фуражни добавки и ензими за хранителната индустрия.<sup>1</sup>

През 2002 г. „ВЕМО 99“ ООД регистрира в България сериите си фуражни добавки ВемоХерб® и ВемоЗим® – съответно за продуктите на растителна и ензимна основа. Продуктовите серии постепенно се разширяват и подобряват – днес търговските марки **ВемоЗим®** и **ВемоХерб®** са добре познати и търсени в множество страни по света.

ВЕМО 99 ООД разполага със съвременен технологичен оборудване, специализирана биохимична лаборатория и добре подготвен екип от професионалисти, което в съчетание със затворения производствен цикъл гарантира научно-развойна дейност, производство и адекватен контрол на всяко ниво.

Стремейки се да заслужи доверието на своите партньори, клиенти и потребители, дружеството внедри интегрираните системи за управление на качеството и безопасността, обединяващи принципите и изискванията на ISO 9001-2008 и HACCP, FSSC 22000:2011 и GMP + (за фуражни добавки), Kosher, Halal, GMP (за хранителни добавки).<sup>2</sup>

В сферата на хранителните добавки се конкурират множество фирми. Конкурентната пазарна среда изисква периодичен анализ на силните и слабите страни на компанията, както и анализ на външните фактори, влияещи върху средата, в която работи компанията, което налага изготвянето на SWOT и PEST анализ.

<sup>1</sup> [https://bg.vemoherb.com/about\\_us/kratka\\_istoria](https://bg.vemoherb.com/about_us/kratka_istoria)

<sup>2</sup> [http://www.vemo-vsv.com/bg/za\\_nas/](http://www.vemo-vsv.com/bg/za_nas/)

### SWOT анализ на компанията

<b>S (силни страни)</b>	<b>W (слаби страни)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Богат асортимент</li> <li>2. Квалифициран персонал</li> <li>3. Съвременно технологично оборудване</li> <li>4. Качество на продуктите</li> <li>5. Лоялни клиенти</li> <li>6. Добър сайт</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слаба реклама</li> <li>2. Понижаваща се рентабилност на приходите от продажби</li> <li>3. Нисък пазарен дял</li> </ol>
<b>О (възможности)</b>	<b>Т (заплахи)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бързо внедряване на иновации</li> <li>2. Прокарване на нови канали за разпространение</li> <li>3. Повишение в доходите на населението</li> <li>4. Разработване на нови продукти</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Голяма конкуренция</li> <li>2. Ниска покупателна способност на населението</li> <li>3. Емиграция и отрицателни стойности на механичния прираст</li> </ol>

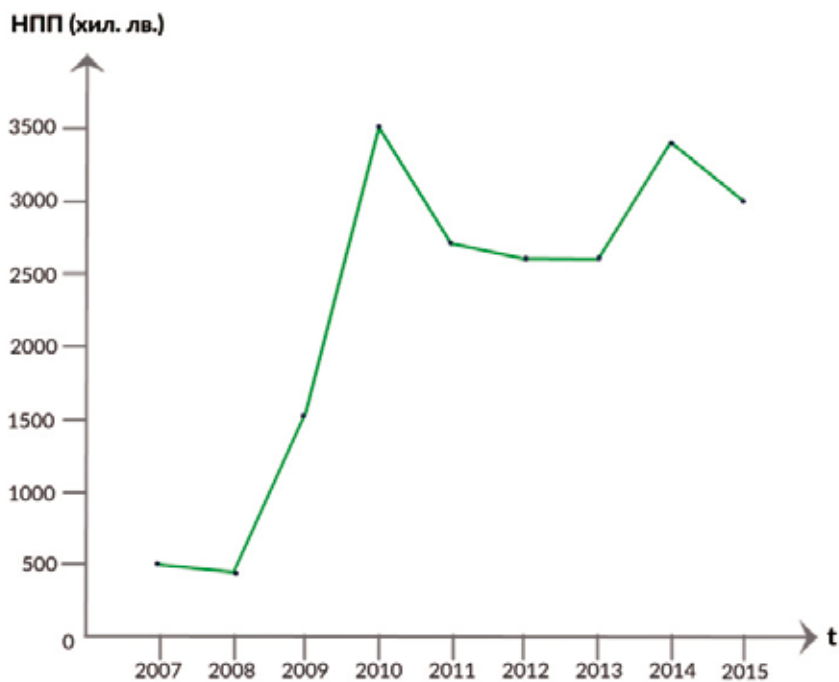
### PEST анализ

<b>P (политическа среда)</b>	<b>Е (икономическа среда)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Международни търговски договори</li> <li>2. Защита от нелоялна конкуренция</li> <li>3. Политическа стабилност</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Политики срещу безработицата</li> <li>2. Доверие от потребителите</li> <li>3. Данъци и налози</li> <li>4. Ниво на инфлация</li> </ol>
<b>S (социокултурна среда)</b>	<b>Т (технологична среда)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здравни и хигиенни навици</li> <li>2. Разбиране за качество</li> <li>3. Демография – раждаемост</li> <li>4. Образование</li> <li>5. Разпределение на доходите</li> <li>6. Условия на живот</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Промяна в информационните технологии</li> <li>2. Нови изобретения</li> <li>3. Жизнен цикъл и скорост на излизане на технологиите от употреба</li> </ol>

### Приходи от продажби на компанията в хил. лв. (динамичен ред)

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
496	435	1598	3566	2705	2634	2613	3407	2992

## Графично:



3

### Данни за продажбите на хранителни добавки като цяло в България за 2016 г.

Хранителни добавки, предназначени за консумация от човека (кг)	2016		
	Производство (Q)	Продажби (Q)	НПП (хил. лв.)
	-	12 505 352	95 433

4

- ◆ Статистиката сочи, че приходите от продажби на „ВЕМО-99“ ООД за 2015 г. са на стойност 2 992 000 лв. Ако считаме, че компанията поддържа същите приходи от продажби и през 2016 г., можем да пресметнем, че пазарният ѝ дял в рамките на страната за 2016 г. е приблизително **3.1%**.

Преди нея в класацията по най-висок пазарен дял се нареждат други гиганти в областта на леката фармация. Някои от тях са „Валмарк България“, „Актавис България“, „Екофарм България“, „Натурпродукт България“, „Фортекс Нутрисутикълс“, „Неофарм“, „Абоса“, „Витаголд“, „Queisser Pharma“ и др.<sup>5</sup>

Гамата **ВемоХерб®** е плод на дългогодишна работа и отразява пряко нуждите на крайните потребители. Повечето продукти са специално разработени по изискване и препоръки на клиенти и партньори на фирмата – експерти в

<sup>3</sup> Данните са извлечени от годишни финансови отчети на компанията от Търговския регистър.

<sup>4</sup> Данните са извлечени от информационната система Инфостат на НСИ.

<sup>5</sup> [http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2015/08/28/2599068\\_visshata\\_liga\\_na\\_lekata\\_farmacii/?showform=loginsuccess&newreg=1&provider=facebook#\\_=\\_](http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2015/08/28/2599068_visshata_liga_na_lekata_farmacii/?showform=loginsuccess&newreg=1&provider=facebook#_=_)

областта на лечебните растения, които подбират и съчетават най-ефикасното и благотворно влияние върху човешкия организъм, което билката е способна да даде; или спортисти и треньори, които търсят естествен начин за подобряване на постиженията и спортната форма.<sup>6</sup>

Хранителните добавки от гамата **ВемоХерб®**, базирани на билкови екстракти, са в следните основни направления:

- ◆ Добавки, предназначени за спортисти: бодибилдинг, повишаващи енергията и издръжливостта, подобряване на силата и растежа на мускулите и др.;
- ◆ Добавки, предназначени за подобряване на сексуалната сила и мощ при мъжете и жените, за повишаване на потентността, либидото и др.;
- ◆ Добавки, предназначени за решаване на общите проблеми на здравето, профилактика и подобряване на физиологичното състояние на организма по време на възстановителни периоди, за подобряване на концентрацията, както и в случаите на умствено натоварване, за укрепване на имунната система, хепатопротектори и др.<sup>7</sup>

Каталогът на **ВемоХерб®** с пълно описание на продуктите може да се разгледа тук: [https://bg.vemoherb.com/vemoFiles/content/catalogue/Catalog\\_new.pdf](https://bg.vemoherb.com/vemoFiles/content/catalogue/Catalog_new.pdf)

„ВЕМО-99“ ООД има свои постоянни клиенти в страната и както споменахме по-горе, продуктите ѝ са добре познати и търсени извън страната, но в момента компанията цели да стане по-разпознаваема на територията на България, да увеличи своя пазарен дял, който в момента е едва 3,1%.

Като цяло в сферата на хранителните добавки се конкурират около 300 фирми – големи производители и вносители, и малки фирми, които разпространяват един-два продукта. Общо регистрираните добавки са над 3000, като всяка година на пазара влизат нови, а „животът“ на една добавка е от една до три години. Онези, които успеят да надживеят модата, обикновено са добавки на големи фармацевтични компании, които успяват да гарантират качество и ефект и да ги наложат на пазара.<sup>8</sup>

Ето защо начинът да се отчете ръст в пазарния дял на компанията е да се въведе революционно нов продукт, нямащ заместители, които могат да се намерят в лицето на останалите, конкуриращи се производители.

Идеите не се случват от само себе си. Идеите могат да бъдат провокирани, за да бъдат родени. А след това се развиват и довеждат до финала – реализацията на идеята. Или, както казва Тимоти Фостър (автор на книги по креативно мислене, насочено към рекламата, маркетинга, продажбите, връзките с обществеността, комуникациите): „По-добре е идеите да се генерират, вместо да се изчаква тяхната поява“.

<sup>6</sup> [https://bg.vemoherb.com/about\\_us/kratka\\_istoria](https://bg.vemoherb.com/about_us/kratka_istoria)

<sup>7</sup> [http://www.vemo-vsv.com/bg/produkti/hranitelni\\_dobavki/](http://www.vemo-vsv.com/bg/produkti/hranitelni_dobavki/)

<sup>8</sup> [http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2013/02/18/2006250\\_pazarut\\_na\\_hranitelni\\_dobavki\\_narasna\\_sus\\_77/](http://www.capital.bg/biznes/kompanii/2013/02/18/2006250_pazarut_na_hranitelni_dobavki_narasna_sus_77/)



Има и още нещо важно. Идеите са най-ефективни, ако имат зададена функция – да създадат нещо, да коригират нещо, да подобрят нещо. Тоест, ако имаме бизнес проблем в компанията си, първо трябва да стимулираме процеса на генериране на идеи, които са насочени към разрешаване на бизнес проблема.<sup>9</sup>

„ВЕМО-99“ ООД се стреми постоянно да разширява продуктите си серии, за да покрива повече от потребностите на своите клиенти и потребители. Именно затова в рамките на компанията се сформира екип, създаден специално за нуждите на иновациите.

На последното заседание екипът от експерти обсъди доста иновативни идеи, сред които се откриха две. Една от тях беше създаването на продукт, служещ за подобряване на състоянието на кожата, косата, ноктите – като цяло хранителна добавка в помощ на красивия външен вид, тъй като такъв продукт за момента липсва в асортимента.

Втората идея бе дадена от служител от отдел НИРД (Научноизследователска и развойна дейност) към компанията. Той разкри пред екипа за новотритата билка бяла поумника, наричана още *Alba racius sapiensis*, която има уникалното свойство да подпомага мозъчната дейност. В комбинация с още няколко растения можел да се създаде революционно нов продукт, водещ до цялостно подобрение на умствената дейност и повишаване на нивото на IQ, а не просто подпомагане на концентрацията и справяне със стреса вследствие от умствено натоварване, каквито са действията на повечето хранителни добавки с такава насоченост.

След като екипът подбра втората идея като най-иновативна, „ВЕМО-99“ ООД регистрира запитвания към своите клиенти и потребители, като предостави за попълване стандартизирани формуляри в търговски обекти, където се предлагат хранителни добавки, и като организира фокусни групи. Освен това се допита и до още експерти във и извън компанията.

В крайна сметка се установи, че идеята за хранителна добавка за поумняване предизвиква голям интерес и дори фурор сред респондентите и участниците във фокусните групи.

Резултатите от анкетата показват, че респондентите намират продукта за полезен, за такъв с безвреден състав и с добър дизайн на опаковката. Намират за подходяща формата, под която се предлагат (сашета и капсули). Продуктът има 3 разновидности, като процентът опитващи на първата е 57,35%, на втората – 48,01% и на третата – 28,63%. Следователно най-перспективна е първата разновидност. Според 46,7% от нашите респонденти единственият недостатък на продукта е високата цена на една от разновидностите му (третата), които предстои да разгледаме.

---

<sup>9</sup> <https://www.novavizia.com/kak-chrez-rabota-v-ekip-da-se-premine-ot-idei-kym-realni-inovatsii/>

Сега ще обърнем внимание на отделните равнища на новия продукт:

**1.) Ядро** – хранителна добавка за поумняване

**2.) Очакван продукт** – ВемоХерб® Поумнин е революционно нов върхов продукт, който изстрелва Вашите умствени способности и интелектуални постижения до възможно най-високите равнища.

**3.) Допълнителен продукт:**

♦ **Марка** – ВемоХерб® – добре позната и търсена в множество страни по света.

♦ **Състав** – Поумнин включва стандартизирани сухи екстракти (представляващи смес от активните вещества) от листа на Ginkgo biloba (гинко билоба), екстракт от орех, надземна маса на Alba racius sapiensis (бяла поумника) и букет от още няколко вида билки, действащи благоприятно на мозъчната дейност, паметта и концентрацията. Поумнин е обогатен и със специален ензимен комплекс, който гарантира пълното разграждане и усвояване на всяко едно вещество, съдържащо се в хранителната добавка.

Всичко това прави тази уникална формула перфектния избор за всеки, желаещ да повиши своето IQ човек.

♦ **Разфасовка** – Хранителната добавка има **3 разновидности в зависимост от продължителността и начина на действие:**

– **Поумнин Уно Дринк** → ударно действие; за кратък период от време – до 1 ден. Подходящ за прием преди важни изпити, конференции, кандидатстване за работа, с възможност за изтъкване на необорими аргументи пред събеседници с желязна логика и съответно гарантирано печелене на всякакви спорове с тях. Една опаковка съдържа **12 сашета**. С по-висока концентрация на екстракт от бяла поумника. **Цена: 25 лв.**

– **Поумнин +** → с по-продължително действие – до 1 месец (като употребата му трябва да започне 1 седмица по-рано, за постигане на желанния ефект). Подходящ за прием преди редовни и поправителни изпитни сесии, стажове, командировки и др. Една опаковка съдържа **14 капсули**. Приемат се 2 пъти дневно в продължение на 1 седмица. **Цена: 32 лв.**

– **Поумнин Complete** → перманентно действие с поддържащи дози през 1 година. За трайно поумняване, без риск от преждевременно оглупяване при навременно приемане на поддържащата доза. Процесът на поумняване е по-дълъг (едномесечна терапия), но и с далеч по-трайни резултати. Една опаковка съдържа **60 капсули**. Приемат се 2 пъти дневно в продължение на 1 месец. Резултатът е една година ум, остър като бръснач. **Цена: 70 лв.** (намалена от 80 лв. вследствие от резултатите от проведената анкета).

◆ **Опаковка и дизайн:**



4.) **Потенциален продукт** – в търговските обекти продуктът ще бъде поставян на отделни щандове с марката „ВемоХерб“.

**Предимства и допълнителни ползи** се състоят в това, че продуктът е 100% натурален, без консерванти, без изкуствени подсладители, хипоалергичен и без странични ефекти.

Важна част от процеса на въвеждането на нов продукт е разработването на подходяща маркетингова стратегия. За целта първата стъпка, която трябва да се направи, е открояването на целевия пазар.

В случая целевият пазар на територията на България на фирмата се състои от обучаващите се (над 15 г.); заетите в следните класове професии: ръководители, специалисти, техници и приложни специалисти, помощен административен персонал; безработните. Всъщност това са и главните 3 пазарни сегмента (за новия продукт на фирмата):

Пазарни сегменти	2016 г.
Обучаващи се (над 15 г.)	503 658
Заети в 4-те класа професии	1 156 900
Безработни	245 300
<b>Общо</b>	<b>1 905 858</b>

- ◆ Стратегия, водеща до най-добри резултати – **Обиране на каймака:** Първоначално се определят високи цени с цел извличане на максимална печалба (в случая от първите два сегмента). След това цените постепенно намаляват с разширяването на пазара. По този начин се привлича следващият слой потребители, които са готови да купят при новата по-ниска цена (в случая сегментът на безработните). Така се извлича максимална финансова изгода от различните пазарни сегменти.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> [http://www.bg-ikonomika.com/2010/11/7\\_16.html](http://www.bg-ikonomika.com/2010/11/7_16.html)

Ефективното позициониране изисква добро познаване както на конкуренцията, така и на нуждите на аудиторията.<sup>11</sup>

За да проектираме фирмения имидж и предлаганата от фирмата полезност, така че потребителите в отделните сегменти да осъзнаят и да различат фирменото предложение в контекста на конкурентните предложения, е необходимо точно и ясно да им се внуши какво представлява продуктът и по какво той се отличава от съществуващите продукти.

В нашия случай това никак не е трудно, тъй като предлаганият продукт е революционно нов, без аналог.

Базата за позициониране, която фирмата използва, е позициониране въз основа на продуктови атрибути, тоест използване на един или повече продуктови атрибути, продуктови характеристики или потребителски изгоди, свързани с употреба на фирмения продукт.<sup>12</sup>

За да може ВемоХерб® Поумнин да достигне до по-широк кръг потребители, „ВЕМО-99“ ООД използва различни комуникационни канали: телевизионна реклама, интернет реклама (банерни реклами, вградени видео реклами) и външна реклама (билбордове).

В заключение може да се каже, че продукт с подобни характеристики и действие, съпроводен с добра реклама, би постигнал огромен успех, като допринесе не само за добрия имидж, популяризирането и увеличаването на пазарния дял на „ВЕМО-99“ ООД, но и за бранша на хранителните добавки като цяло не само в България, но и в световен мащаб.

В същото време, погледнато и от друга гледна точка, разпространението на ВемоХерб® Поумнин ще повлияе положително и на населението, на качеството на живот, би довело до подобрения в сферата на образованието и до понижаване на безработицата – проблем, с който все повече хора се сблъскват.

ВемоХерб® Поумнин – продукт, благодарение на който всички страни са печеливши!

---

<sup>11</sup> <http://courselab.net/statiq-celevi-pazar/>

<sup>12</sup> <http://www.referati.org/izbor-na-celevi-pazar-na-firmata/25481/ref/p2>

# Lander – превърни земеделието в детска игра

Ивайло Димитров Димитров

Слави Димитров Димитров

Катедра „Информатика“

Специалност „Бизнес информационни системи“

Икономически университет – Варна

---

**Резюме.** *Технологиите са създадени, за да улесняват съществуването ни. Да направят по-лесно пребиваването ни тук на Земята, а също и спомогат за едно рационално използване на ресурсите, които тя ни предлага, с възможно най-малко вреди. Lander е приложението, което пренася света на новите технологии от Hype Cycle директно в първичния стопански сектор.*

**Keywords:** *Lander, Agriculture, Technologies, .NET, SQL Server, Learning-machine;*

---

## Увод

Технологиите днес са неизменна част от ежедневието ни. Необходимостта от тях се чувства във всеки един стопански сектор. Дигитализацията е навлязла дори в земеделието. Има разработени десетки решения за оптимизация на работата като процес, но за управление на процесите на едно земеделско предприятие софтуерът е ограничен. След направата на проучване установихме, че съществуващите приложения са създадени още през зората на технологиите. Не предлагат цялостни решения и са трудни за използване, а съвременни термини като UX/UI са били напълно непонятни. Разработката на настоящия доклад е продиктувана от тези обстоятелства. Нашата цел е да осигурим лекота на управление на производствения процес в първичния сектор, който е един от основните за страната. Приложението ще подобри администрирането на процесите в предприятията, които се занимават с обработка на земеделска земя. В целта ни е да автоматизираме всички процеси в администрирането и бизнесът да получава най-точните данни, възможно най-бързо. Визията ни за Lander е да представим модерен метод за обработване на земеделска земя, работещ непрестанно по подобряване на системата, интегриране на нови модули и архитектури, които биха допринесли ключово за една по-добра продукция, и най-важното – по-ниска ерозия на земята.

## Избор на СУБД (Система за управление на база от данни)

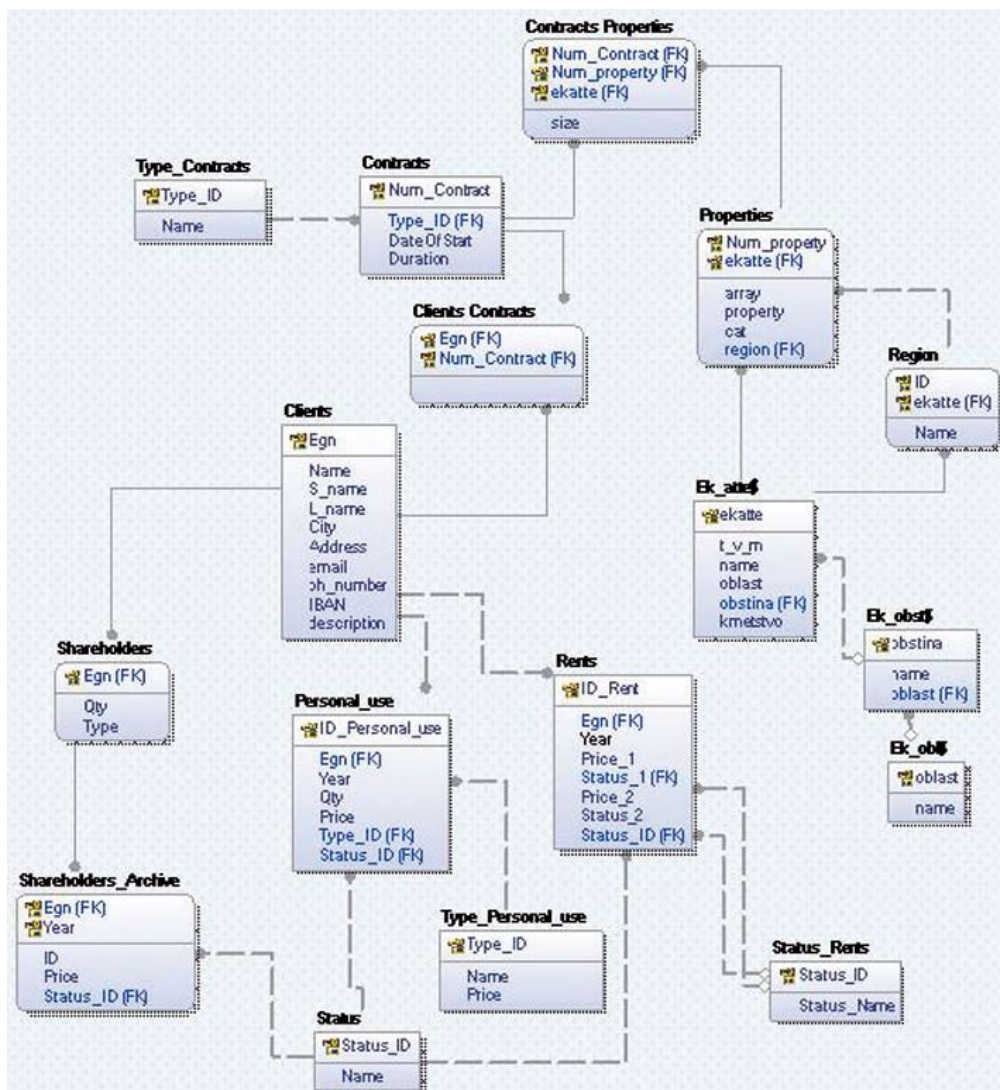
При реализирането на приложението се налага необходимостта от централизация на базата от данни, за да се даде възможност за обмен на информация между потребители, използващи различни устройства, или за да са достъпни данните на потребителя от различни устройства и приложения. В настоящата разработка използваме MS SQL Server, който би могъл да поддържа големи количества транзакционни процеси, има вградени инструменти за business intelligence (BI) и други приложения за анализи. Причина, поради която е избрано това СУБД, е сигурността. Функции като „Винаги криптирано“ – която позволява на потребителите да обновяват криптирани данни, без да се налага декриптирането им. Row-level encryption, което позволява контролиране на достъпа по редове (кортежи) (Vagra, 2017, p. 14). SQL Server поддържа своя имплементация на езика SQL, която се нарича Transact-SQL (T-SQL), чрез която добавя допълнителни функционалности към стандартизирания език.

## Проектиране на базата от данни

Проектирането на релационни бази от данни се базира основно на нормализация на данните, за да се намали или елиминира дублирането на данни в базата, като е възможно да има и денормализирани данни. Денормализацията е полезна, защото се намалява броят на заявките, като се групират необходимите данни за заявката на едно място (Logini, 2012) и по-лесно се пишат сложни заявки, включващи съединения (join). В резултат от прилагане на нормализация намаля обемът на данните.

Усъвършенстван модел на базата от данни (*виж фиг. 1*). В него се преобразува връзката Clients – Contracts от М-М на връзки от тип 1-М. Чрез създаване на нова таблица Clients\_Contracts отбелязваме клиентите, присъстващи във всеки договор. В таблицата се съдържат като атрибути единствено първичните ключове (Egn, Num\_contract) на преобразуваните таблици.

Преобразува се и връзката Contracts – Properties от М-М на връзки от тип 1-М. Чрез създаване на нова таблица Contracts\_Properties се отбелязват парцелите, присъстващи във всеки договор. В таблицата се съдържат като атрибути първичните ключове (Num\_contract, Num\_property, ekatte) на преобразуваните таблици и размерът (size), с който се записва даденият парцел. Поради това че един и същи парцел може да присъства като част в два различни договора.



Фиг. 1. Усъвършенствен модел – диаграма от Erwin Data Modeler

## Проектиране на приложението

Архитектурата на приложението се основава на популярния и широко разпространен .NET Framework. Приложението е изградено на MS Visual Studio. Предимствата, заради които избрахме този framework, са, че пълната му версия е open source и е безплатна (Laboissonniere, 2017). C# е добре написан програмен език, който открива по-лесно грешки при компилиране на код. Също така редуцира и „изненадите“ по време на изпълнение на приложението (Pandit, 2016, p.18). Основна причина е, че е продукт на Microsoft, както и SQL Server. Има лесен начин за включване на базата от данни към проекта и най-различни вградени приложения, които улесняват процеса на разработка.

## Функционалности на приложението

Входен екран (виж фиг. 2)

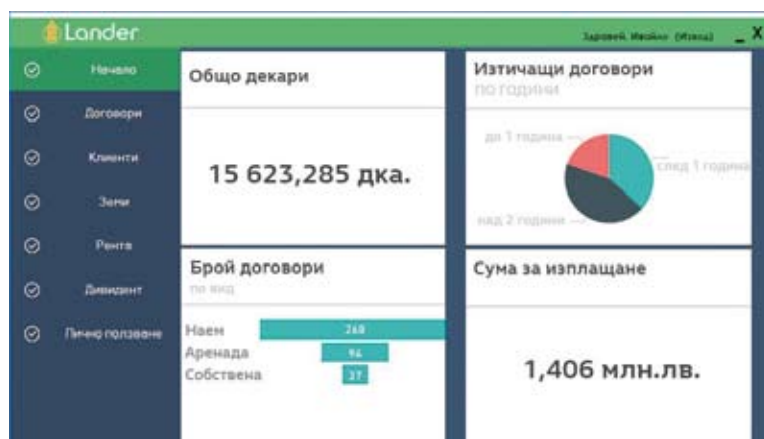
Въвеждане на потребителски акаунт и влизане в работен режим.



Фиг. 2. Входен екран

Начало тун Dashboard – Описание на изход PowerBI (виж фиг. 3)

Началният екран на програмата. Извежда текуща информация на мениджмънта посредством PowerBI.



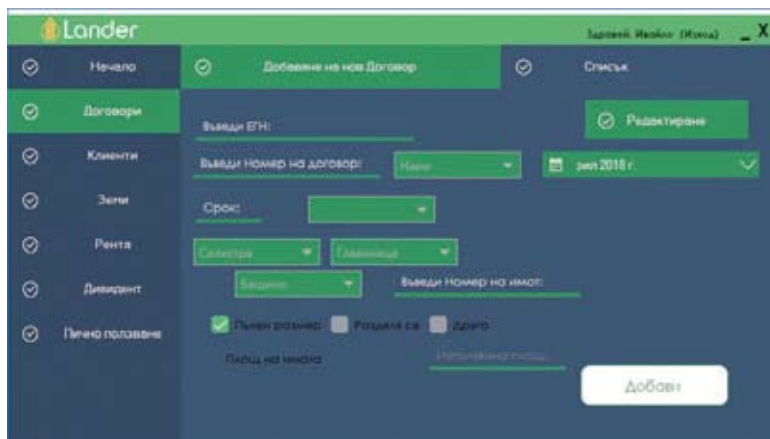
Фиг. 3. Начало тун Dashboard

Описание на вход „Договори“ – „Добавяне на нов Договор“ (виж фиг. 4)

Чрез избиране на бутона „Договори“ от менюто се зарежда екранът за въвеждане на нов договор. Тук се въвежда пълната информация по договора. При въвеждане на ЕГН на даден клиент автоматично излизат имената му. Ако не бъде открито такова ЕГН в базата, бутонът „Редактиране“ се променя на „Добави“ и имате възможност да добавите новия клиент. Въвеждате и реквизитите за договор, като при въвеждане на номер на имот след площ на имота се изписва автоматично неговата площ. Операторът чрез помощта на чекбокс



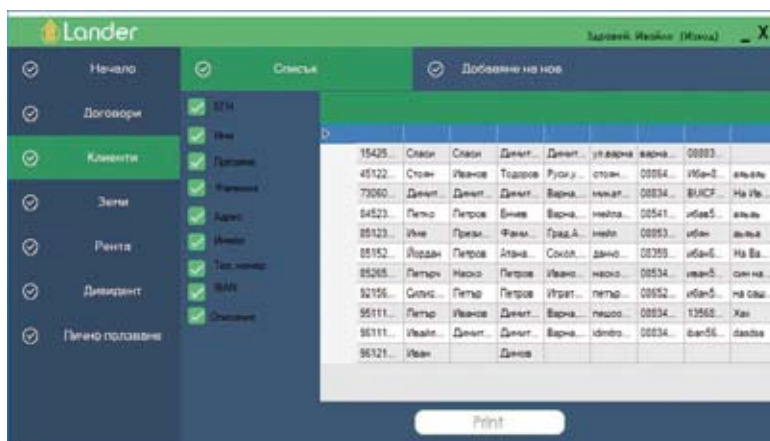
трябва да избере дали се използва целият имот, или част от него. Ако е част, се посочва на колко части се разделя и програмата го дели автоматично. Чрез бутона „Добави“ договорът се записва в базата.



**Фиг. 4.** Въвеждане на нов договор

*Описание на изход „Клиенти“ – „Списък“ (виж фиг. 5)*

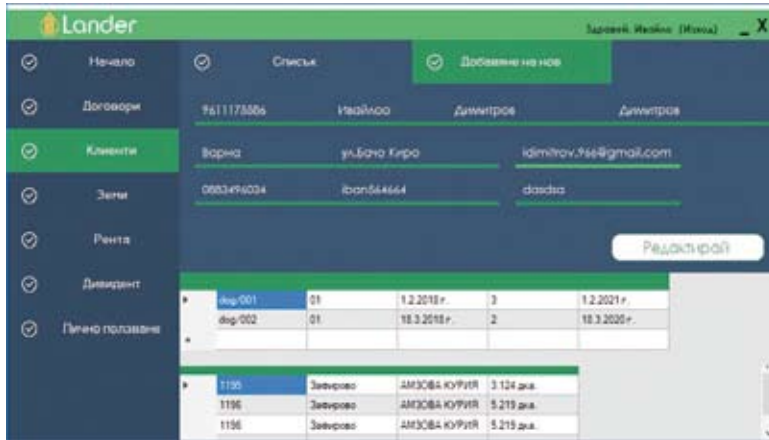
Справка за клиентите, имащи или имали взаимоотношения с предприятието. При селектиране на реквизити от чекбоксовете те се скриват, съответно показват в табличен вид. Има възможност за принтиране на таблица с всички клиенти. При селектиране на даден клиент се отваря прозорец с договорите, които клиентът притежава или е притежавал.



**Фиг. 5.** Клиенти, представени в табличен вид

*Описание изход „Клиенти“ – „Добавяне на нов“ (виж фиг. 6)*

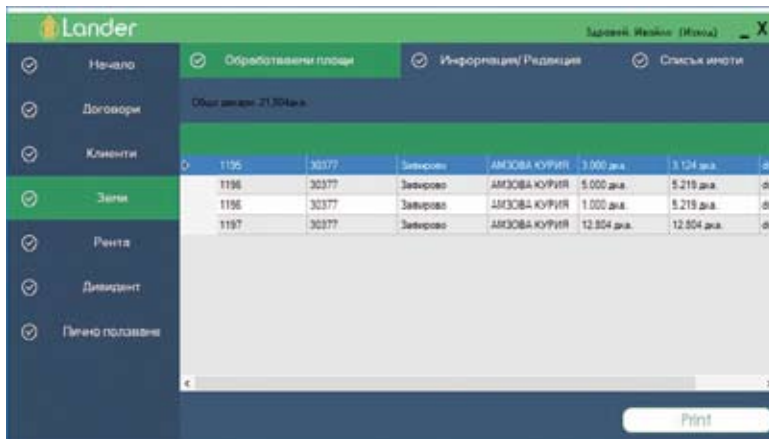
Екранът се показва при селектиране на клиент, както е обяснено на фигура 5. Извежда договорите на клиент и имотите по договор.



**Фиг. 6.** Въвеждане/Редактиране на клиент

*Описание изход „Земни“ – „Обработваеми площи“ (виж фиг. 7)*

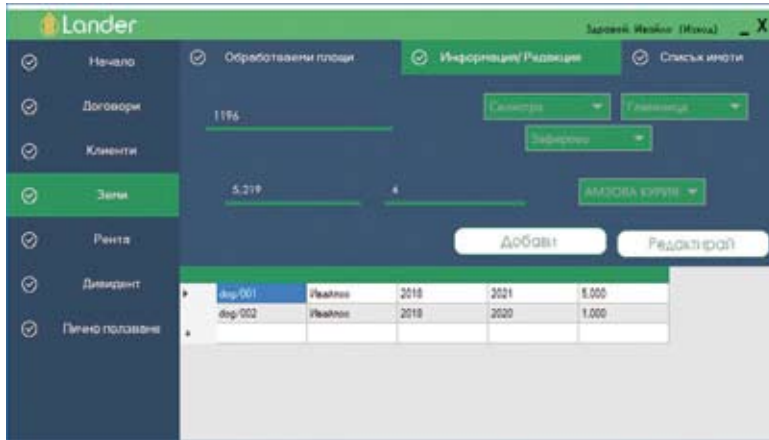
При избиране на меню „Земни“ се визуализира таблица с всички земи от активни договори, обработвани към момента от предприятието, както и тяхната обща стойност.



**Фиг. 7.** Обработваеми площи

*Описание вход „Земни“ – „Информация/Редакция“ (виж фиг. 8)*

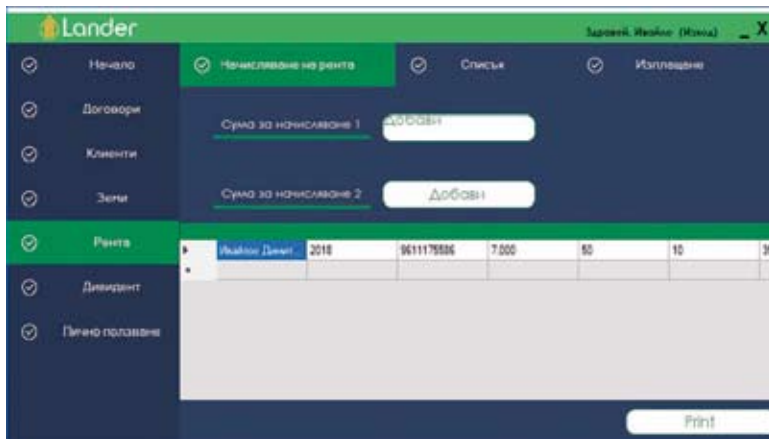
При селектиране на имот от списъка се визуализира информация за конкретния имот. Тази информация включва освен табличните данни за него: категория, размер, местоположение. Съдържа и информация в кой договор участва.



**Фиг. 8.** Информация/ Редакция на имот

*Описание вход „Рента“ – „Начисляване“ (виж фиг. 9)*

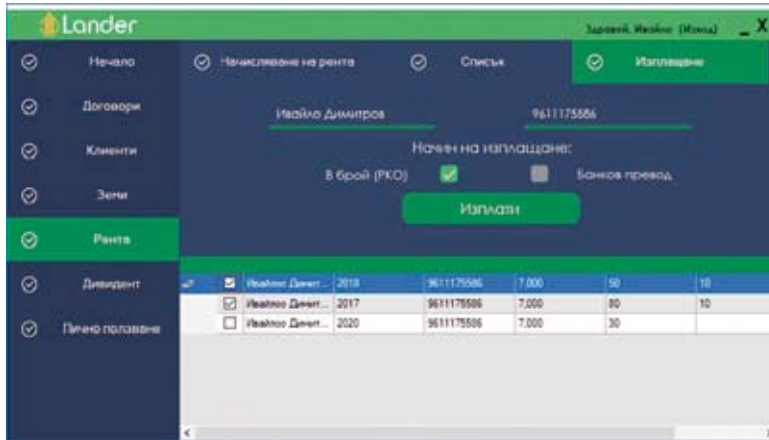
Екран за вход на данни. Начислява се рентата, като има възможност да се начисли първа вноска и съответно втора. Първият бутон е така изместен, защото е enable = false. Има само един тестов запис със земя, затова е и само едно начислението. Има възможност за принтиране на ведомост.



**Фиг. 9.** Въвеждане на рента

*Описание изход „Рента“ – „Изплащане“ (виж фиг. 10)*

При селектиране на запис от предния екран (виж фиг. 9) се появява форма за изплащане на рента. Извежда ни в табличен вид какво има да получава даденият клиент, като възможност да се избира кое да му бъде изплатено. Избира се един от двата чекбокса в брой или чрез банка и се избира „Изплати“.



Фиг. 10. Изплащане на рента

## Възможности за развитие на приложението

В процес на разработка остава допълнителен модул на приложението за отчитане на разходите по имоти, засичане на количества изразходвани ресурси на машини и норми на работници. Ще се въведе мобилно приложение, на което работниците биха могли да получават дневните си задачи, а потребителят/потребителите с по-високи права биха могли да следят чрез приложението за тяхното изпълнение.

Като отворена опция остава свързването на модула с компютрите на селскостопанската техника, за да изпращат автоматично цялата необходима информация, без да се налага въвеждането ѝ от трето лице.

Самообучаваща се машина (learning-machine) (Murphy, 2014), която следи сеитбооборота на парцелите съвместно с информацията от базата данни (какво е било засято и какви са били добивите) и информацията за времето (от предходните години и от настоящата). Да изведе най-подходящата култура, която би могла да се засее тази година на този парцел. Под най-подходяща се визират: най-високи добиви и най-ниски разходи.

## Заклучение

Целта на Lender е интегриране на технологиите в едно съвременно земеделие. С възможностите, които имаме днес за бизнес анализи (BI), и технологичните ресурси, с които разполагаме. Ние бихме могли да извлечем максимума от земята, БЕЗ да ѝ вредим. По-ниската ерозия на земята и високите добиви биха били показателни за ефективността на Lander. Ако се погледне в перспектива, приложението би спомогнало индиректно за една по-добра социална и икономическа стабилност на земеделските региони.

**Използвана литература:**

1. Laboissonniere, M. (2017). *Why .NET Technologies Are (and Will Keep) Powering our Application* Retrieved from <https://snipcart.com/blog/why-dot-net-technologies>
2. Lorini, M (2012) *Microsoft SQL Server vs. MySQL*
3. Murphy, K. (2014) *Machine Learning: a Probabilistic Perspective*
4. Pandit, N. (2016, Feb). *.NET Interview Questions and answer: Practical Implementation*
5. Syed. S. (2016, July). *C# Object Oriented Programming*
6. Varga, S., Cherry, D. (2016). *Introducing Microsoft SQL Server 2016: Mission-Critical Applications, Deeper Insights, Hyperscale Cloud.*

---

**Ивайло Димитров**  
Спец.: БИС; ИУ – Варна  
[idimitrov.966@gmail.com](mailto:idimitrov.966@gmail.com)

**Слави Димитров**  
Спец.: БИС; ИУ – Варна  
[slavidim@gmail.com](mailto:slavidim@gmail.com)

---

# Влияние на европейските фондове върху българската икономика

**Стефани Пламенова Добрева**

**Йоана Пламенова Добрева**

*Катедра „Маркетинг“*

*Специалност „Маркетинг“*

*Икономически университет – Варна*

## Въведение

Едни от най-големите възможности пред националното икономическо развитие на България са предоставени от членството на страната в ЕС. С присъединяването си към общността на 1 януари 2007 г. България си осигури достъп до европейските финансираня по линия на структурните и кохезионния фондове. Като една от най-бедните икономики в съюза следва страната ни да използва предоставените ѝ евросредства за „преодоляване на значителното си изоставане по отношение на общо икономическото си развитие, състояние на инфраструктурата и жизнен стандарт.“<sup>1</sup>

Европейските средства, влети в българската икономика, изиграват особено важна роля, като са основна причина за реализирането на инвестиции, за създаването и запазването на работни места в България в периода на световната финансовата криза, която потиска публичните и частните инвестиции. Но предвид текущата обстановка в ЕС средствата, предоставени на България по различните линии на европейски фондове, може значително да намалеят поради напускането на Великобритания на общността, с което бюджетът на ЕС ще намалее с между 10 и 15 млрд. евро годишно.

Бързото привикване на българската икономика към така предоставяните ѝ възможности за безвъзмездно европейско финансиране изправя държавата пред предизвикателството да открие и други източници на инвестиции, които да запълнят „дупката“ от намаляването на европейските средства след брекзит. В следващите програмни периоди, след приключване на засиленото финансиране от страна на ЕС, ще възникне проблем, свързан със силната капиталозависимост на българската икономика от еврофондове и държавни поръчки, затова в условията на тази несигурност около бюджета на ЕС и потенциалното отпадане в предстоящите програмни периоди на една от най-важните за българската икономика европейски политики – кохезионната, следва да се направи

---

<sup>1</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, септември 2016 г.“

равносметка за влиянието на европейските финансираня върху българската икономика. Това е и основната цел на доклада.

Това влияние ще бъде разгледано в няколко посоки:

1. Влияние върху пазара на труда, производителността и доходите;
2. Влияние върху фискалната позиция;
3. Влияние върху чистия износ;
4. Влияние върху инфлацията в страната.

## Изложение

От членството си в ЕС България ползва евросредства през два програмни периода. „През първия за страната програмен период (2007 – 2013 г.) бе получен достъп до средства по линия на ЕСИФ в размер на 9.4 млрд. евро, предназначени за съфинансиране на 9 програми. Към 30 юни 2016 г. усвоените средства от европейските фондове възлизат на над 9 млрд. евро, като степента на усвояване достига 96.6%.“<sup>2</sup>. „През втория за страната програмен период (2014 – 2020 г.) е получен достъп до средства по линия на ЕСИФ в размер на 9.9 млрд. евро, предназначени за съфинансиране на 10 програми. Към 31 декември 2017 г. изпълнението на преобладаващата част от програмите е в начална фаза, като са извършени плащания по програми на обща стойност 1 893 707 345 евро<sup>3</sup>, в т.ч. средства от ЕС в размер на 1 587 347 596 евро<sup>4</sup>.“<sup>5</sup>

При по-задълбочен преглед на данните се констатира, че европейските фондове на практика удвояват средствата в бюджета, предвидени за капиталови разходи. По данни на ЕК за 2016 г. предоставените на България европейски средства са около 2,3 млрд. евро<sup>6</sup>.<sup>7</sup> „Държавният бюджет на България за същата година възлиза на 20,6 млрд. лева, като от него са отделени 2,5 млрд. лева за капиталови разходи.“<sup>8</sup> Основната част от тези средства се разпределят за големи инфраструктурни проекти, образование, политики в подкрепа на изграждане на човешкия капитал, подпомагане на заетостта и т.н. Предстои да разгледаме как усвояването на европейските средства влияе на макроикономическите показатели в страната.

<sup>2</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“

<sup>3</sup> Източник: ИСУН (по справка, актуална към 14.02.2018 г.) и ДФЗ (по справка, актуална към 09.02.2018 г.).

<sup>4</sup> Източник: ИСУН и ДФЗ

<sup>5</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“

<sup>6</sup> Сумата, която страната ни е получила, без да отчитаме вноските (на база БНД, ДДС и мита) на България в бюджета на ЕС. След изваждането им средствата се равняват на 1,878 милиарда евро.

<sup>7</sup> <http://openparliament.netparliament>

<sup>8</sup> <http://openparliament.netparliament>

➤ **Влияние на европейските финансираня върху пазара на труда, производителността и доходите**

От изключителна важност за икономиката на България е приносът на еврофондовете за откриването на нови работни места, което води до намаляване на безработицата и увеличение на заетостта. На база направени изследвания от Министерството на финансите за периода от влизането на България в ЕС до края на 2016 г. се открива, че в резултат на усвояването на средствата от еврофондовете към края на 2016 г. коефициентът на безработица в страната е с 6.5 процентни пункта по-нисък, а броят на заетите лица в икономиката се увеличава с 15.2% или близо 390 хил. повече заети в сравнение със сценария без притока на тези средства.<sup>9</sup> Данните показват, че към края на 2017 г. продължава да се наблюдава ръст на заетостта в размер на 3.5% и съответно спад с 1.6 п.п. на коефициента на безработица в резултат на усвояването на средствата по линия на ЕСИФ.<sup>10</sup>



*Фиг. 1. Нетен ефект върху безработицата, п.п.*



*Фиг. 2. Брой заети (15 – 64), хил. души*

Тази положителна промяна по отношение на икономическата активност на трудоспособното население, коефициентите на заетост и безработица, която се наблюдава към настоящия момент, може да се разгледа в няколко насоки в средносрочен и дългосрочен план:

1) Повишеното търсене на труд вследствие на усвояването на средствата от ЕС е оказало благоприятно въздействие и върху равнището на заплащане в страната. От присъединяването на България към ЕС до края на 2016 г.

<sup>9</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, септември 2016 г.“

<sup>10</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“





**Фиг. 3.** Нетен ефект върху частното потребление и средната работна заплата

Към края на 2016 г. то е по-високо с 13.9%, отколкото би било без средствата от еврофондовете.

3) От увеличаването на производството, заетостта и заплащането на труда може да се очаква в средносрочен и дългосрочен план да се проявят и косвени ефекти като повишаване на качеството на заетите, от което да последва и подобряване производителността на труда, повишаване ресурсната ефективност.

4) Работните места, създадени по линия на европейските финансираня, в краткосрочен план повишават производството и заетостта, намаляват безработицата, повишават доходите. Проблемът е, че част от тези работни места не са устойчиви, а са създадени специално с цел усвояване на евросредства. Възможно е в дългосрочен план, след края на различните програмни периоди, да се наблюдава спад в производството, в заетостта, повишаване на безработицата.

5) Свързан с пазара на труда е и ефектът на финансирането с евросредства върху образованието, който е разглеждан от Ралица Симеонова-Ганева и Калоян Ганев. Те смятат, че „целенасочена политика към финансиране на образованието и науката би стимулирала значително икономическото развитие на страната в средносрочен и дългосрочен план.“ Според тях човешкият капитал, който включва и предприемачеството, управленските умения, научно-изследователската дейност, иновациите и т.н., е фактор, който „влие върху икономиката в дългосрочен план и е водещият при постигането на по-високи и устойчиви нива на икономически растеж.“<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, септември 2016 г.“

<sup>12</sup> Симеонова-Ганева, Ралица и Калоян Ганев (2013) „Ефекти от политиките, финансирани от европейските фондове: оценяване на въздействието на инвестициите в образование и наука в България“, Институт за икономически изследвания при БАН, Сборник доклади от конференция на тема: „Посткризисно икономическо развитие на ЕС и България“, проведена на 18–19.10.2012 г.

увеличението на средната работна заплата в сравнение със сценария, в който не присъстват еврофондовете, е 14.9%<sup>11</sup>, а към края на 2017 г. нетният ефект върху средната работна заплата продължава да се увеличава в сравнение с 2016 г. и достига 1.2%.

2) Вследствие от увеличаването на производството, заетостта и заплащането на труда се повишават стойностите и на един от най-важните елементи на БВП, а именно на частното потребление.

## ➤ Влияние на европейските средства върху фискалната позиция

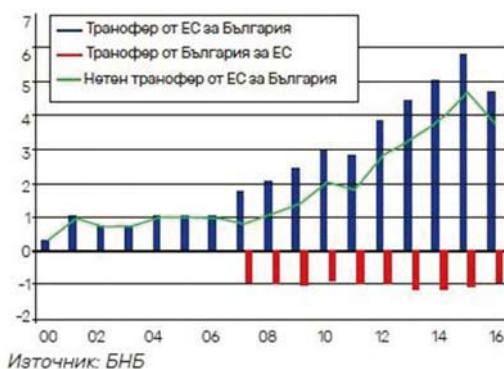
Според направен от Министерството на финансите анализ „фискалната позиция на страната не претърпява съществена промяна в резултат на изпълнението на програмните документи на ЕСИФ към края на 2017 г.“<sup>13</sup>. Причината е балансът между прякото увеличаване на правителствените разходи в абсолютен и относителен план, поради задължителното държавно съфинансиране, от една страна, и увеличаването на приходите в бюджета от друга.

Съфинансирането в европроектите, осъществявани през оперативните програми за периода 2014 – 2020, от страна на България е 15.8%. Като данните показват, че разходите, свързани с усвояването на средствата от Европейския съюз, като например гореспоменатото държавно съфинансиране за някои от проектите, се покриват от нарасналите данъчни постъпления. Усвояването на европейските средства влияе положително върху приходите в държавния бюджет заради позитивните промени в икономиката като повишаване на производството, заетостта, средната работна заплата. Благоприятното влияние на еврофондовете следва да се запази в дългосрочен аспект, защото то е следствие от повишения производствен потенциал, по-високата заетост, по-високите доходи, които водят до по-високи стойности на базата за данъчно облагане, а оттам и по-високи приходи в бюджета.

На фиг. 5 „е видно, че за всяка от годините на своето членство, когато България започва да допринася около 1% от брутния си вътрешен продукт като вноска в общия бюджет на ЕС, страната е получавала в пъти повече финансиране от ЕС, отколкото стойността на тази вноска. За всяка от последните 4 години разликата е над 4 пъти, като очакванията са тенденцията да продължи. От макроикономическа гледна



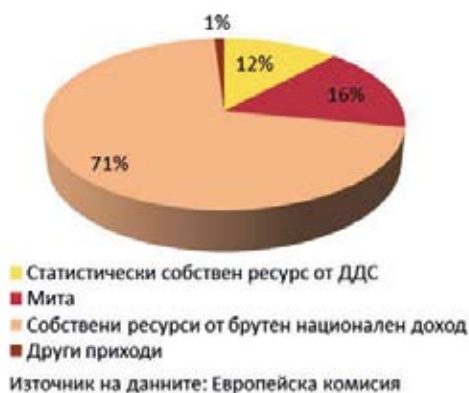
Фиг. 4. Нетен ефект върху бюджетния баланс, % от БВП, п.п.



Фиг. 5. Трансфери между ЕС и България, 2000 – 2016

<sup>13</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“

точка трансфер от чужбина на стойност около и над 4% от БВП на година е от изключително значение за общата макроикономическа динамика.<sup>14</sup>



Фиг. 6. Източници на финансиране на бюджета на ЕС – 2018 г.

от ДДС, а към днешна дата се внасят едва 0,3% от ДДС на всяка страна), е разбираема чувствителността на ЕК към проблемите на България в събирателността на ДДС, акцизи и мита.

### ➤ Влияние върху чистия износ



Фиг. 7. Нетен ефект върху износа и вноса

износът на стоки и нефакторни услуги нараства с 0.3% към края на 2017 г. спрямо сценария без европейски финансираня.<sup>15</sup> Нарастването на вноса и пренебрежимо малкото увеличение на износа водят до известно влошаване на салдото

Въпреки увеличаването на приходите в бюджета, страната ни продължава да търпи критики от страна на ЕК заради ниската събирателност на данъците и по-конкретно на данък добавена стойност. Причина за това може да е и връзката между членската вноса за ЕС и размера на ДДС.

Въпреки че приходите от данък добавена стойност намаляват като дял от бюджета на съюза с всеки следващ период (при създаването на този източник през 70-те години държавите-членки отделят 1% от приходите си

Симулациите потвърждават, че изпълнението на програмите, съфинансирани със средства от ЕС, е довело до нарастване на вноса с 7.8% и покачване на износа с 1.7% към края на 2016 г. спрямо сценария без средства от ЕС, а натрупаното влошаване на този показател за същата година е в размер на 1.4 процентни пункта от БВП в сравнение с варианта, в който евросредствата отсъстват. Към края на 2017 г. вносът се увеличава с 6.5% спрямо базисния сценарий, докато

<sup>14</sup> Център за либерални стратегии, „Доклад 10 години България в ЕС, 2017 г.“

<sup>15</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“

на външната търговия със стоки и нефакторни услуги, а оттам и на БВП. Към момента ускореният темп на инвестиране в българската икономика води до увеличаване на вноса, защото местният пазар все още не притежава възможности за производство и предлагане на необходимите инвестиционни стоки. В дългосрочен план, следствие от мерките на ЕСИФ за нарастване на производството, за подобряване на конкурентоспособността на българските производители и на изпълнението на Споразумението за партньорство, се очаква:

- ◆ да се създадат производства, чиято продукция може да замени вноса;
- ◆ ръст в износа и следователно положителна промяна в чистия износ.

### ➤ **Влияние на европейските средства върху инфлацията в страната**

Според изследванията на Министерството на финансите вливането в икономиката на средствата от ЕС не вдига ценовото равнище значително – инфлацията е едва с 0.3% по-голяма спрямо базисния сценарий без евросредства. Ниската инфлация може да се обясни с относително ниската степен на усвояване до момента и на краткия период за проявление на дадения ефект, но с приближаване на края на програмния период (2014 – 2020



*Фиг. 8. Нетен ефект върху ценовото равнище, промяна в ХИПЦ, п.п.*

г.) може да се очаква ускоряване на процеса на изпълнение на оперативните програми. Въпреки това „ефектът върху ценовото равнище се очаква да бъде умерен поради отворения характер на икономиката. Увеличаването на платежоспособното търсене в малка отворена икономика, която не може да влияе на световните цени, по-скоро рефлектира в ускоряване на растежа на вноса на стоки и нефакторни услуги.“<sup>16</sup>

### ➤ **Основни източници на капитали в българската икономика**

Българската икономика е слабо капитализирана. Местните капитали не са достатъчни за по-значими инвестиции и в това отношение единствените две решения са преките чуждестранни инвестиции и европейските фондове. И през двата програмни периода производството и БВП на България нарастват плавно. В доклад от Министерството на финансите за оценка на въздействието на ефекта от европейските инвестициите в периода от присъединяването на България в ЕС до 2016 г. се подчертава, че има „нарастване от 11.5% на БВП

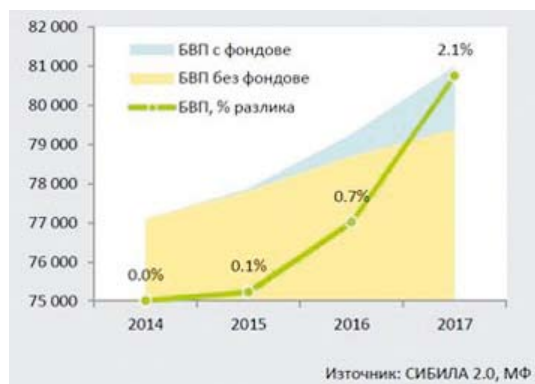
<sup>16</sup> Източник: ИСУН, ДФЗ, Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“

към края на 2016 г. над базисния сценарий при липса на средства от ЕС.<sup>17</sup> а към края на 2017 г. симулации<sup>17</sup> показват, че изпълнението на планираните мерки по линия на ЕСИФ, водят до увеличение на БВП с 2.1%<sup>18</sup> спрямо сценария без евросредства.



Фиг. 9. БВП по цени от 2010 г., млн. лв.

г. спрямо сценария, в който отсъстват средствата по линия на фондовете от ЕС. Еврофондовете стимулират общата икономическа активност и пряко си взаимодействат с вътрешните инвестиции чрез общ механизъм на инвестиционния



Фиг. 10. БВП по цени от 2010 г., млн. лв.

поток. Отбелязваме, че инвестициите, финансирани със средства от европейските фондове, са придружени и от задължително съфинансиране от страна на бизнеса. Увеличаването на частните инвестиции гарантира разширяването на капиталовата база на икономиката, предпоставка е за повишаване на производството, заетостта, производителността на труда и е ключов фактор за дългосрочен и устойчив икономически растеж.

Въпреки това не може икономическата ни политика да бъде сведена само до усвояване на еврофондовете. Именно недостатъчните преки инвестиции са една от основните причини да не се движим по-ускорено в икономическия си растеж. Наблюдава се силна капиталозависимост на българската икономика от еврофондове и държавни поръчки.

<sup>17</sup> Симулации, разработени от Министерството на финансите с модела СИБИЛА, версия 2.0.

<sup>18</sup> Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“

Безспорно финансиране по линия на еврофондовете предоставя много възможности на предприемачите да развият бизнес в страната, респективно да отворят нови работни места, тъй като рискуват минимални лични или заети назаем средства. Много компании изместват фокуса си от разработването на проекти за инвестиции към писане на предложения по линия на еврофондовете. Има компании и НПО, създадени специално за разработване на европроекти. Поставяйки акцент върху това, че еврофондовете задължителното се съфинансират от бюджета, изместването на частните инвестиции може да се разгледа от няколко гледни точки. С изключение на отделни проекти като технологичната модернизация на предприятията, строеж на пътища, ремонт на ВиК мрежи и изграждане на сметища, при които европейските програми финансират реални потребности на бизнеса или местните общности и покриват разходи, които така или иначе трябва да бъдат направени, голяма част от европейските проекти не създават дългосрочен потенциал и насърчават засилена активност в сфери, които са маловажни и нямат дългосрочни перспективи за рентабилност и развитие. Затова, когато говорим за инвестиции, от голямо значение е в кои сектори и към какви дейности се насочват средствата.

1) Ако се влагат в бизнеси с ниска добавена стойност, с неясно бъдеще и с несигурни пазарни позиции. Тогава инвестициите имат само краткосрочен положителен ефект върху БВП и не пораждаат дългосрочни ползи за икономиката на страната.

2) Ако парите се инвестират във високотехнологични, рентабилни или иновационни производства и сектори. В този случай прекият ефект под формата на повишаване на БВП и разкриването на нови работни места е съпроводен и от редица положителни косвени ефекти като например повишаване производителността на труда, последвано от повишаване на ресурсната ефективност, повишаване на заплащането на труда.

Въпреки че България е на второ място по усвояване на европейски фондове за малките и средни предприятия, това не означава, че средствата са използвани достатъчно ефективно. Въпросът за ефективността на усвояването на европейските финансираания се разглежда и от Г. Павлова, която, основавайки се на извършено изследване на управлението и усвояването на средствата по ОП, достига „до извода, че то може да се определи като недостатъчно ефективно“. Според нея са открити „съществени пропуски в процесите по управление на усвоените средства, като решението на проблема би могло да се търси в изграждане на система за проследяване на средствата и отчитане на реалния ефект от тяхното разходване както на национално, така и на регионално ниво“<sup>19</sup>. Фирмите, създадени с основно предназначение усвояване на европроекти, не предполагат устойчиво развитие и не създават среда, която в даден момент може да бъде независима от европейските средства. Според нас това е

<sup>19</sup> Павлова, Г. Ефективност на европейското финансиране в България, автореферат, Свищов 2017 г.



проблем, защото през следващите програмни периоди средствата, отпуснати на България по линия на различни европейски фондове, като например кохезионния, вероятно ще бъдат силно ограничени поради излизането на Великобритания от ЕС. Потенциално с намаляването на европейските средства, насочени към България, икономическият растеж на страната, който и сега не е достатъчен за „догонване“ на останалите страни-членки, ще намалее. Друга възможност, която може да допълни ограничените европейски финансираия, са преките чуждестранни инвестиции (ПЧИ). Привличането на нови ПЧИ би довело до повишаване на икономическия растеж.

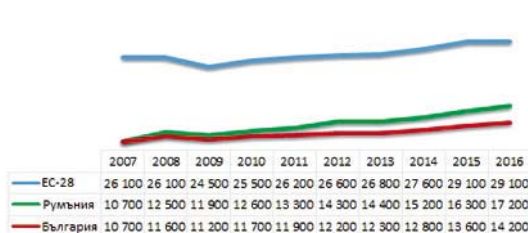


Фиг. 11. Размер на ПЧИ в България

ПЧИ в страната нарастват постоянно от под 2 млрд. евро през 2003 г. до над 9 млрд. евро при присъединяването на България към ЕС през 2007 г., ко-



Фиг. 12. Инвестиции (% от БВП)



Фиг. 13. БВП по пазарни цени (PPS на глава от населението)

гато достигат своя пик. След това започва бърз спад, в резултат на който ПЧИ слизат до 1.15 млрд. през 2010 г. и се стабилизират на това ниво. Единственият значим скок оттогава е до близо 2,5 млрд. през 2015 г., последван от срив до 660 млн. година по-късно. Данните показват, че преките чуждестранни инвестиции за 2016 г. претърпяват срив от близо 60% в сравнение с 2015 г. Подобно понижение в относителни стойности се наблюдава за последно през 2009 година, когато влиянието на световната икономическа криза (2008 г.) започва да се усеща и в България. Подчертаваме, че помощта от Европейския съюз

придобива особена важност в периода на икономическата криза, която се отразява в силно ограничени публични и частни инвестиции. Тогава еврофондовете са основен източник за реализиране на инвестиции в икономиката, както и за създаване и запазване на работни места.

Преките чуждестранни инвестиции, които влизат в българската икономика през 2017 г., отбелязват 36,7% годишен ръст и достигат 901,9 млн. евро. Този ръст на инвестициите, като една от основните предпоставки за растеж на БВП, не достигна на българската икономика да оправдае прогнозите темпът на нарастване на БВП в края на 2017 г. да надскочи 4%. Към този момент икономиката на България запазва своя относително добър темп на растеж от 3,9% на годишна база през 2016 г. и 3.5% през четвъртото тримесечие на 2017 г. В сравнителен план растежът на БВП на Румъния е 5,6% към края на 2016 г.<sup>20</sup>

## Заклучение

Следствие на изложеното дотук за положителното влияние на европейските фондове върху българската икономика, изразяващи се в увеличаване на производството, заетостта, заплащането на труда, частното потребление, темпа на растеж на БВП, както и в дългосрочен план потенциално увеличаване на износа, следва да отбележим, че към този момент българската икономика е силно зависима от външните инвестиции. Това поражда един порочен кръг, защото, от една страна, недостатъчните ПЧИ усилват зависимостта от европейските фондове, а от друга – страната ни, в резултат на брежзит, ще може да разчита на все по-малко европейски финансираня по линия на структурните и кохезионния фондове в следващите програмни периоди. Под въпрос са поставени едни от основните причини за ускоряване темпа на растеж на българската икономика, а за да има конвергенция на България с останалите страни-членки, тя трябва да се развива по-бързо от икономиките на останалите европейски страни. Поради това трябва да се вземат предвид няколко неща. Първо, в България трябва да спре да се гледа на ЕС като на „донор“ за еврофондове. Страната трябва да намери начин да оптимизира средствата от Европейския съюз така, че не само да се усвояват определени средства, а те да водят до устойчиво развитие и да създадат среда, която да не е зависима от европейските средства и да може сама по себе си да насърчава икономическите процеси. Второ – българската държава следва и да открие варианти за привличане на нови инвестиции, за да се запълни дупката, която ще се отвори през следващия програмен период след напускането на съюза от Великобритания, защото именно недоста-

<sup>20</sup> Източник на сравнителните фиг. 12 и фиг. 13 на България, Румъния и ЕС-28: Българска стопанска камара



тъчните инвестиции са големият проблем на българската икономика и са основна причина България да е на последно място в ЕС по почти всички икономически показатели. Държавата трябва да предприеме мерки сега, в противен случай България ще си остане вечният догонвач, който все не успява да достигне средния стандарт на живот в ЕС.

**Използвана литература:**

1. БНБ – статистически данни.
2. Българска стопанска камара, Сравнение на България, Румъния и ЕС-28 – фиг. 12 и фиг. 13.
3. Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, март 2017 г.“.
4. Доклад на Министерство на финансите „Фондовете на ЕС в България. Оценка на макроикономическите ефекти от изпълнение на програмите, съфинансирани със средства на ЕС, септември 2016 г.“.
5. Евростат – статистически данни.
6. Никифорова, Л., Приходите на ЕС – сблъсък на интереси, 2018, <http://openparliament.net>
7. НСИ – статистически данни.
8. Павлова, Г. Ефективност на европейското финансиране в България, автореферат, Свищов 2017 г.
9. Симеонова-Ганева, Ралица и Калоян Ганев (2013) „Ефекти от политиките, финансирани от европейските фондове: оценяване на въздействието на инвестициите в образование и наука в България“, Институт за икономически изследвания при БАН, Сборник доклади от конференция на тема: „Посткризисно икономическо развитие на ЕС и България“, проведена на 18-19.10.2012 г.
10. Център за либерални стратегии, Доклад „10 години България в ЕС, 2017 г.“.

---

**Стефани Добрева**  
Специалност „Маркетинг“  
[stefani\\_dobрева\\_@abv.bg](mailto:stefani_dobрева_@abv.bg)

**Йоана Добрева**  
Специалност „Маркетинг“  
[joana\\_dobрева\\_98@abv.bg](mailto:joana_dobрева_98@abv.bg)

---

# Върховенството на закона – двигател на просперитета

Михаил Емилов Димитров

*Катедра „Финанси“*

*Специалност „Финанси“*

*Икономически университет – Варна*

**И**кономическото развитие е всеобща цел, която се изразява в подобряване стандарта и условията на живот на хората. В неговата основа стои предприемачеството, а факторите, указващи му влияние, са разнообразни. За България, като най-бедния член на ЕС, бързото настигане на средноевропейския стандарт на живот е от голяма важност. Страната ни предоставя на предприемачите сравнително ниска данъчна тежест в сравнение с останалите европейски държави. Въпреки това, България е често критикувана по отношение върховенството на закона. Именно прогрес в тази област може да ускори икономическия растеж и да донесе така желания просперитет. Настоящият доклад има за цел да дефинира понятието „върховенство на закона“ и неговите измерения, изследвайки връзката му с икономическото развитие.

Върховенството на закона е концепция, предполагаща изграждане на обществените отношения, базирани на ясно разписани и ефективни норми. Тя се заражда още в Древността. В своята книга „Политика“, древногръцкият философ Аристотел изказва твърдението, че е по-подходящо законите да имат водеща роля, вместо който и да е от гражданите, а управляващите трябва да са пазители и служители на установените норми<sup>1</sup>. През XVII век, английският философ Джон Лок прави сериозен принос към оформяне на идеите на конституционализма в редица свои творби. В книгата „Два трактата за управлението“<sup>2</sup> той дефинира правото на собственост като естествено човешко право и заявява, че там, където свършва законът, започва тиранията. Идеите на Лок се доразвиват и популяризират през Просвещението, когато започват бунтовете срещу абсолютната власт на монарсите. Популяризирането на фразата „върховенство на закона“ се свързва с британския юрист и конституционалист Албърт Дайси. В своята творба „Въведение в изучаването на Закона за Конституцията“ той дефинира три основни принципа – липса на произволни или дискреционни правомощия от страна на правителството; равенство пред закона – всеки гражданин е субект на правото, което се управлява от съдилищата; общите принципи на Конституцията произлизат

<sup>1</sup> Politics 3.16.

<sup>2</sup> Two Treatises on Government, Book II, Chapter V.

от естествените права на хората, а не от своя източник. Подобни виждания се споделят и от икономисти – представители на класическия либерализъм, като Фредерик Бастиа, според когото животът, свободата и правото на собственост не съществуват заради законите, а обратното – законодателството е създадено именно за да гарантира тези неотменими права<sup>3</sup>. В наши дни върховенството на закона е залегнало като една от основните ценности на ЕС, съгласно чл. 2 от Договора за Европейския съюз. Това означава, че управлението на държавите следва да се базира на законодателство, прието съгласно съответните процедури, а не на волята и личните виждания на управляващите. Наличието на тези принципи се явява необходимо условия за функционирането на пазарната икономика, а оттам за подобряване стандарта на живот на гражданите.

Механизмът, при който работи свободният пазар, започва от отделния индивид, който, воден от своите собствени цели, използвайки знанията и уменията си, влиза в доброволни търговски отношения с други хора. Постигането на желания резултат зависи от степента, в която предлаганият продукт или услуга задоволява частта от обществото, към която е насочена. Същевременно се оформя конкуренция между различни лица, чиято дейност се изразява в задоволяване на идентични нужди на потребителите. Такова съперничество се явява допълнителен стимул за подобряване на предлагания продукт или услуга. Резултатът е понижаване на цената и/или подобряване на качеството, а оттам повишаване на жизнения стандарт и постепенно елиминиране на бедността. Функционирането на този механизъм изисква гаранции на някои основни права – лична свобода, регламентиране на частната собственост и норми, които да установяват базовите принципи при договарянето между отделните индивиди. Тук идва ролята на законодателството, което се явява фундамент на пазарната икономика. Правното обезпечение на тези основни елементи позволява на икономическите агенти да инвестират, знаейки, че техният капитал е защитен и не може да бъде насилствено отнет. Също така улеснява влизането в договорни отношения, тъй като страните знаят, че могат да разчитат на съдебната система при неизпълнение на договора. Утвърденото с години върховенството на правото дава и сигурност на предприемачите, че независимо от политическите промени и мандатността на управляващите бизнесът им ще може да продължи своето развитие, тъй като водещи са институциите, а не конкретните личности, които ги ръководят.

Връзката между икономическото развитие и върховенството на закона е обект на множество разнообразни изследвания. През 1988 година излиза проучване на Gerald W. Scully, което обхваща периода 1960 – 1980 година и 115 страни. Авторът открива, че правната рамка и нейното прилагане е от голямо значение за икономическия растеж, като страни, чието управление се базира на закони, гарантиращи частната собственост и гражданските свободи, пости-

---

<sup>3</sup> The Law, p 2.

гат по-висок икономически растеж спрямо държави, където тези принципи са застъпени в по-малка степен (Scully, 1988). В проучване от 2011 година, което обхваща 181 страни в периода 1950 – 2011, Elisa Valeriani и Sara Peluso изследват връзката между развитието на институциите и икономическия растеж. Техният модел показва, че съществува зависимост между качеството на институциите и просперитета. Тази зависимост обаче варира, като е по-силно изразена в развитите страни и по-слабо в развиващите се. От трите показателя, които изследват – граждански свободи, фигури, имащи право да спрат или върнат приемането на даден закон за преразглеждане (veto players), и качество на правителството<sup>4</sup>, първият е с най-голямо значение в развиващите се страни, а вторият в развитите. (Valeriani & Peluso, 2011).

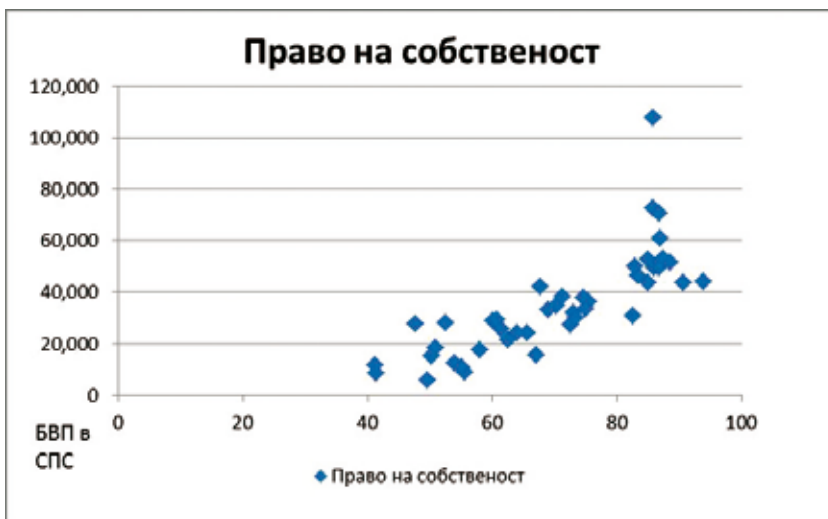
За целите на настоящото изследване, по отношение на икономическото развитие, са използвани данни от Световната банка, които показват БВП на човек от населението, измерен в стандарт на покупателната способност<sup>5</sup> (СПС). Данните, свързани с върховенството на закона, са взети от The Heritage Foundation, която публикува ежегодния индекс на икономическата свобода, чието изчисляване включва четири главни показателя, един от които е именно върховенството на закона. От своя страна този показател е съставен от три компонента – право на собственост, интегритет на правителството и ефективност на съдебната система. За тяхното изчисляване фондацията разчита на различни проучвания и независими оценки, а крайният резултат варира от 0 до 100, като колкото по-висока е стойността на показателя, толкова по-благоприятни са условията по отношение на предприемачеството. Обект на изследването са 43 държави, чиято територия се намира в Европа. Те включват както всички 28 страни-членки на ЕС, така и 15 държави, които към момента не са членки на съюза. За визуализиране на резултатите и изчисляване на връзката между върховенството на закона и икономическия просперитет е използван софтуерът на Microsoft Excel.

Компонентът право на собственост е съставен от пет поделемента – право на собственост върху материални блага; интелектуална собственост; степен на защита на инвеститорите; риск от отчуждаване на имущество; качество на поземлената администрация. Всеки от петте поделемента има равно тегло при изчисляването на компонента. Връзката между правото на собственост и икономическия просперитет е визуализирана чрез корелограма (Фиг. 1).

---

<sup>4</sup> Коефициент, включващ в себе си нивата на корупция, бюрокрация и стабилност.

<sup>5</sup> Условна валута, която изравнява ценовите равнища в отделните страни, позволявайки пряко сравнение между тях.



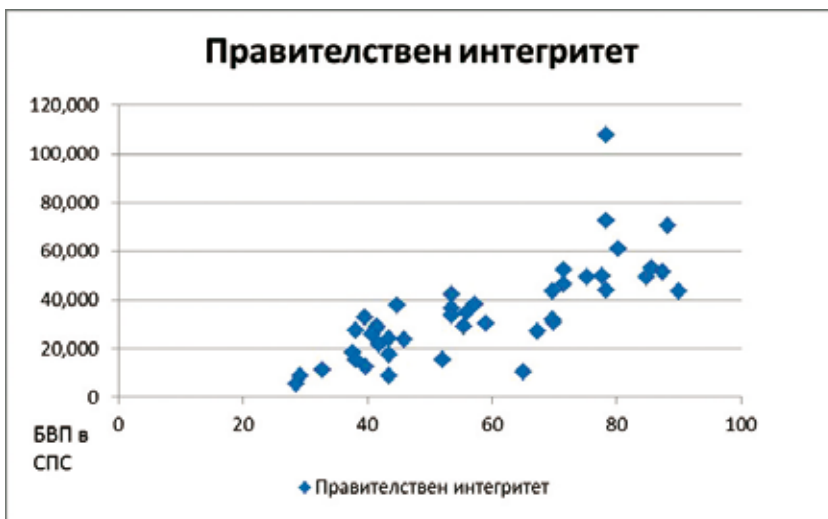
*Фиг. 1. Право на собственост и БВП на човек от населението в СПС*

Коефициентът на корелация между правото на собственост и икономическия просперитет е 0.79, което показва силна зависимост. Резултатите са статистически значими ( $p < 0.01$ ). Това потвърждава хипотезата, че правото на собственост е важен фактор, благоприятстващ просперитета.

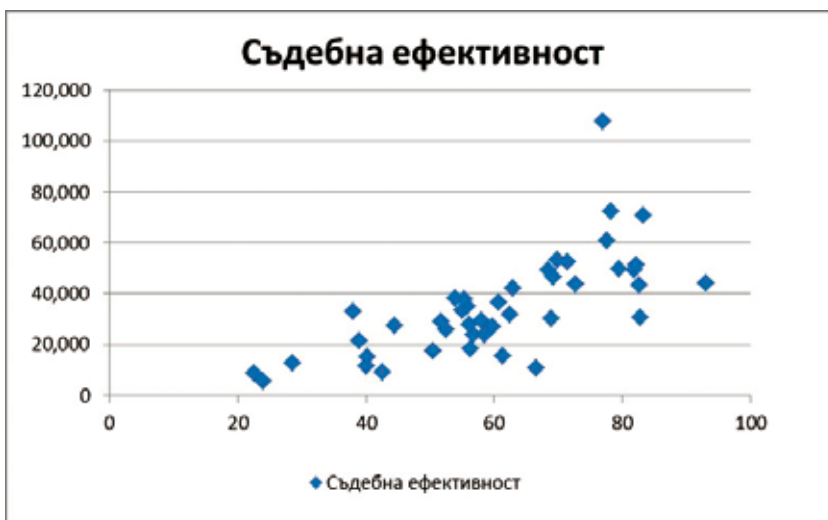
Следващият компонент на върховенството на закона – правителственият интегритет, е съставен от шест поделемента – доверие на гражданите в политиките; нерегламентирани плащания и подкупи; прозрачност на политическия процес; липса на корупция; усещане за корупция; прозрачност на управлението и публичната администрация. Тези шест поделемента формират оценката на компонента правителствен интегритет, като всеки от тях участва с равно тегло при изчисляването му. Връзката между правителствения интегритет и икономическия просперитет е визуализирана чрез корелограма (Фиг. 2).

Коефициентът на корелация между правителствения интегритет и икономическия просперитет е 0.76, което показва силна зависимост. Резултатите са статистически значими ( $p < 0.01$ ). Това потвърждава хипотезата, че целокупното управление е важен фактор за икономическото развитие.

Третият компонент на върховенството на закона – съдебната ефективност, включва в себе си три поделемента – независимост на съдебната система; качество на съдебния процес; вероятност за постигане на съдебно решение, удовлетворяващо страните по делото. Всеки от тях участва с равно тегло във формирането на компонента съдебна ефективност. Връзката между съдебната ефективност и икономическия просперитет е визуализирана чрез корелограма (Фиг. 3).



*Фиг. 2. Правителствен интегритет и БВП на човек от населението в СПС*



*Фиг. 3. Съдебна ефективност и БВП на човек от населението в СПС*

Коефициентът на корелация между съдебната ефективност и икономическия просперитет е 0.71, което показва силна зависимост. Резултатите са статистически значими ( $p < 0.01$ ). Това потвърждава хипотезата, че качествено правораздаване е важен фактор за икономическото развитие.

Показателят върховенство на закона е изчислен като средноаритметична стойност на своите компоненти – право на собственост, правителствен интегритет и съдебна ефективност. Връзката между върховенството на закона и просперитета е показана чрез корелограма (Фиг. 4).



Фиг. 4. Върховенство на закона и БВП на човек от населението в СПС

Коефициентът на корелация между върховенството на закона и икономическия просперитет е 0.78, което показва силна зависимост. Резултатите са статистически значими ( $p < 0.01$ ). Това потвърждава хипотезата, че има права зависимост между върховенството на закона и икономическия просперитет.

По отношение на България данните са по-скоро негативни. Страната ни получава 62.5 пункта по компонента „право на собственост“, 41.8 пункта в направление „правителствен интегритет“ и едва 38.9 по отношение „съдебна ефективност“. На фона на тези данни критиките от ЕК към България не са изненада, а стандартът на живот и скромните равнища на преки чужди инвестиции са логичен израз на нивото на върховенство на закона в страната ни. Ниските резултати, обаче, не се дължат на пропуски в законодателството. Конституцията на Република България точно и ясно регламентира частната собственост за неприкосновена, като допуска отчуждаване само в специфични случаи и при справедливо обезщетение (чл. 17). Глава шеста на основния закон е посветена специално на съдебната власт. Тоест проблемът не е липсата на правна рамка, а нейното прилагане и спазване. Постигането на прогрес по отношение върховенството на закона би могло да даде тласък на инвестиционната активност и развитието в България.

Настоящият доклад цели да покаже връзката между правото и икономическото развитие. При своята инвестиционна дейност предприемачите поемат риск, който би могъл да бъде редуциран чрез законодателство, регламентиращо отношенията между икономическите агенти, както и компенсиран чрез право на собственост, гарантиращо неприкосновеността на активите, придобити вследствие от стопанска активност. Данните за 43 европейски страни показват силна връзка между върховенството на закона, изразяващо се в право на собственост, правителствен интегритет и съдебна ефективност, и икономическия

просперитет, изразяващ се в БВП на човек от населението в СПС. Въпреки че корелацията не доказва недвусмислено причинно-следствената връзка между две явления, то едва ли има съмнения, че върховенството на закона би имало негативен ефект върху стопанската активност. Обект на бъдещи по-детайлни изследвания би могла да бъде динамичната връзка между върховенството на закона и икономическото развитие в период на няколко десетилетия, както и установяване на каузалност. За целта са нужни по-обширни показатели на върховенството на закона, които да бъдат включени в статистически и иконометрични модели.

#### **Използвана литература:**

1. Конституция на Република България.
2. Aristotle. (1999). „Politics“. Batoche Books.
3. Bastiat F. (2007). „The Law“. Ludwig von Mises Institute.
4. Locke J. (1821). „Two Treatises on Government“. Printed for R. Butler, etc.
5. Scully G. (1988). „The Institutional Framework and Economic Development“. *Journal of Political Economy*, 1988, vol. 96, issue 3, 652-62.
6. Valeriani E., Peluso S. (2011). „The Impact Of Institutional Quality On Economic Growth And Development: An Empirical Study“. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, vol. 1(6), pages 1-25.



# Хисаря – успешна туристическа дестинация

**Ева Стоянова Ангелова**

*Колеж по туризъм – Варна*

*Специалност „Мениджмънт на свободното време“*

*Икономически университет – Варна*

---

**Резюме:** *Целта на настоящата разработка е да представи успешното развитие на туристическа дестинация Хисаря, която завоюва през последните 10 години добри позиции не само на българския, но и на чуждестранния туристически пазар. Община Хисаря предлага прекрасни условия за рекреация, балнеолечение и спа-туризъм, за конгресен, еко- и пешеходен, селски, културен, ваканционен и други видове туризъм. Комбинирането на традиционното балнеолечение с алтернативни форми на туризъм позволява на Община Хисаря да се превърне в целогодишна туристическа дестинация.*

*За постигане на поставената цел да се представи успешното развитие на туристическа дестинация Хисаря са изпълнени следните задачи:*

- 1. Направено проучване на туристическите ресурси и са изведени възможностите за развитие на туризма в Хисаря.*
  - 2. Анализирани са статистическите данни за брой туристи, брой нощувки, % заетост, среден престой и др. в периода 2010 – 2017 г.*
- 

## 1. Увод

Община Хисаря се утвърди през последните години като международно известна туристическа дестинация, предлагаща прекрасни условия за рекреация, балнеолечение и спа-туризъм за конгресен, еко- и пешеходен, селски, културен, ваканционен и други видове туризъм. Богатото наследство на община Хисаря от тракийски и римски археологически паметници, духовни и културни центрове, автентичен фолклор и традиции, минералните води превръщат Хисаря в привлекателно място за туристите от страната и чужбина. Община Хисаря има потенциал да предлага целогодишно висококачествен туристически продукт, основан на разнообразието, уникалността и автентичността на природните и културни богатства и на съвременна и модерна туристическа и балнеолечебна база.

## 2. Видове туризъм на територията на община Хисаря

Брандът „Хисаря“ е лесно разпознаваем не само за българските туристи, но и в чужбина предимно благодарение на минералната вода, която е известна от дълбока древност. Град Хисаря се идентифицира с крепостната стена с „Камилите“ и римските терми. Това дава възможност на региона да посреща туристи от повече от 47 страни от целия свят.

В община Хисаря се развиват следните видове туризъм:

- ◆ **балнеотуризм** – на базата на 22 минерални извори в град Хисаря и село Красново са построени много балнеоцентрове и санаториуми. Провеждат се лечебни процедури при редица заболявания. В новите хотели се предлагат и спа-процедури за релакс и удоволствие – ароматерапия, таласотерапия, фитотерапия, класически и източни масажи, музикотерапия и други. Лечебният ефект на хисарската минерална вода е научно доказан.
- ◆ **конгресен туризъм** – в град Хисаря има много добри условия за конгреси, семинари и делови срещи. В големите хотели има оборудвани зали с модерна техника, предлагат се допълнителни услуги и високо качество на обслужването. Организирант се съпътстващи спортни и развлекателни програми.
- ◆ **еко- и пешеходен туризъм** – около Хисаря и в селата, разположени в подножието на Средна гора, има добри възможности за леки пешеходни преходи по изградени еко-пътеки и велоалеи, както и наблюдения на птици, диви животни и защитени растителни видове в естествената им среда, планински преходи с коне и др.
- ◆ **ловен туризъм** – общината има идеални условия за лов и риболов – 4 ловни полета с разнообразен дивеч и десетки чисти и зарибени язовири за спортен риболов
- ◆ **винен туризъм** – двете винарски изби в Старосел дават добро начало за развитие на винен туризъм в региона. Този вид туризъм се съчетава с останалите видове туризъм и обогатява предлагания туристически продукт.

## 3. Туристическа инфраструктура

Община Хисаря разполага с много добре изградена туристическа база, посещавана от хиляди български и чуждестранни туристи от цял свят.

Броят на категоризираните туристически обекти е 149 с общо 2279 легла. Общият брой на легловата база е 3111, в т. ч. 2279 легла в средствата за настаняване, 712 легла в медицинската база (болници за профилактика и рехабилитация) и 120 в хижи.

Местата за настаняване по видове, категории и брой легла са посочени в Таблица № 1, виж Приложение 1.

Данните показват, че преобладава броят на леглата във висококатегорийните туристически обекти три и четири звезди, като общият им дял от 64% през 2016 г. е нараснал на 67% през 2017 г.

По-големите възможности, с които разполагат висококатегорийните средства за настаняване, като леглова база; висококвалифициран мениджърски и обслужващ персонал; работа с голям брой туроператори и агенции; реклама; качествен туристически продукт, са способствали за привличане на по-голям брой туристи. Не случайно във висококатегорийната туристическа база (3 и 4 звезди) са реализирани 76% от отчетените нощувки. В нискокатегорийната туристическа база (1 и 2 звезди) са реализирани 24% от общия брой нощувки.

Благодарение на традиционно развивания през годините балнеоложки туризъм в общината е изградена много добра туристическа база, отговаряща на всички модерни изисквания на туристическия пазар. Извършената иновация на висококатегорийните хотели и строителството на съвременни такива в съчетание с подобряване на качеството на предлагания туристически продукт превръщат община Хисаря във все по-привлекателна и търсена туристическа дестинация както на вътрешния, така и международния туристически пазар.

Легловата база е заета целогодишно, като се наблюдава по-ясно изразен летен туристически сезон, по-слаб есенен и пролетен сезон и затихващ зимен сезон. Достигнатата средна заетост на легловата база през 2017 г. е 37,6%. На представените графика 1 и графика 2 ясно е изразена посочената по-горе тенденция, която е характерна и традиционна за туристическа дестинация Хисаря. Но въпреки всичко намаляването на броя на нощувките с повече от 50% е само през януари, докато през останалите месеци извън летния сезон се очертава една устойчива заетост, като нощувките са между 20 000 и 25 000.

#### **4. Развитие на туризма в Община Хисаря през периода 2010 – 2017 г.**

Развитието на туризма е разгледано за период от 8 години – от 2010 до 2017 г., което позволява да се проследи един възходящ тренд, виж Таблица 2 и Графика 3.

Данните от 2011 до 2016 г. потвърждават налагания се извод, че туризмът в община Хисаря се развива с устойчив темп. Заетостта на легловата база от 33% през 2011 г. достига **42,2%** през 2016 г., броят на туристите през 2017 г. е нараснал с 30% спрямо този през 2010 г., а броят на нощувките с 27%

За първи път през последните 8 години сравняването на броя на регистрираните туристи и реализираните нощувки през 2017 г. с тези през предходната 2016 г. показва, че броят на туристите и нощувките е по-малък съответно с **3954** туристи и **1141** нощувки. Запазен е средният престой на един турист през сравнявания период от 2,6 дни. Намаляването на броя на регистрираните туристи, а оттам и на реализираните нощувки през 2017 г. е в резултат на различни фактори като намаляване на броя на населението, недостатъчна реклама на туристическия продукт и не на последно място и нарастването на

конкуренцията с други дестинации в национален мащаб, предлагащи същия туристически продукт.

През 2016 г. броят на регистрираните туристи е общо 122278, в т.ч. 111658 (91%) българи и 10620 (9%) чужденци, и са реализирани 312427 нощувки, от които 24910 (78%) от български граждани и 68517 (22%) от чуждестранни туристи, то през 2017 г. в средствата за настаняване на територията на община Хисаря са регистрирани общо **118324** туристи, в т.ч. 107887 българи (**91%**) и 10437 (9%) чужденци, и са реализирани **311286** нощувки, от които 244457 (**79%**) от български граждани и 66829 (21%) от чуждестранни туристи.

Данните показват, че се наблюдава запазване на съотношението на броя на регистрираните български туристи и реализираните от тях нощувки към броя на регистрираните чуждестранни туристи и нощувки. И през 2017 г. силно доминиращ е вътрешният туризъм, представен с 91% от общия брой туристи и 79% от общия брой нощувки.

Динамиката в развитието на отрасъл туризъм в периода 2011 – 2017 г. по отношение брой, регистрирани туристи и реализирани нощувки, среден престой на един турист и заетост на легловата база е показана в Таблица 3.

Средният престой на един турист показва, че Хисаря традиционно се посещава в рамките на **2 – 3** дни, което често съвпада с почивните и празнични дни. Средният престой на един чуждестранен турист е значително по-висок, като през различните години се движи в рамките от **5 – 7** дни.

Интерес представлява да се проследи какво развитие е получил през годините и международният туризъм на територията на община Хисаря и какъв е неговият дял.

Представените в Таблица 3 данни по безспорен начин показват, че през последните няколко години туристическа дестинация Хисаря продължава успешно да отстоява и завоюва нови позиции на международния туристически пазар. За това говори фактът, че ако през 2010 г. са регистрирани едва 4243 чуждестранни туристи с 25418 нощувки, то през 2017 г. броят на чуждестранните туристи и нощувки е достигнал **10437** туристи и **66829** нощувки. Средният престой на един чуждестранен турист през 2016 г. е **6,4 дни**.

През 2017 г. се отчита лек спад на броя на регистрираните чуждестранни туристи и реализираните нощувки. Регистрирани са 183 туристи и 1688 нощувки по-малко в сравнение с тези през 2016 г.

От чуждестранните туристи и през 2017 г. най-висок е дялът на туристите от Израел (4607), следван от Русия (1473), Гърция (561), Германия (372), Италия (288) Турция (285), САЩ (264), Румъния (244), Украйна (231), Великобритания (216), Франция (213) Япония (126), Китай (103) и др., виж Графика 4.

Данните от последните няколко години показват, че дестинация Хисаря е традиционно позната преди всичко на европейския туристически пазар, като през последните няколко години е направен сериозен пробив на пазара в Израел. През 2017 г. 44% от пристигналите чуждестранни туристи и 72% от реали-

зираните нощувки от чуждестранни туристи са от граждани на Израел.

Сравнително слабо дестинация Хисаря е позната в Далечния изток и в редица страни от ЕС.

## 5. SWOT анализ на Община Хисаря

SWOT-анализът на Община Хисаря като туристическа дестинация обобщава преимуществата и слабите страни на дестинацията, възможностите и заплахите за нейното развитие, виж фиг. 1\*

<p><b>СИЛНИ СТРАНИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Благоприятни физикогеографски и природни дадености</li> <li>✓ Разпознаваем бранд – идентичност, свързана с римско наследство и минерални извори</li> <li>✓ Богато културно-историческо наследство</li> <li>✓ Наличие на добре развита материално-техническа база – хотели, къщи за гости и др.</li> <li>✓ Съхранен автентичен фолклор</li> <li>✓ Наличие на професионална паралелка по туризъм в СОУ „Христо Смирненски“</li> <li>✓ Осъществяване на активна научно-изследователска дейност за археологическото наследство в общината</li> </ul>	<p><b>ВЪЗМОЖНОСТИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Финансиране на проекти от ЕС, международни фондове и национални програми</li> <li>✓ Повишено търсене на спа- и уелнес услуги</li> <li>✓ Потребителско търсене на спортна база за тренировъчна дейност</li> <li>✓ Засилен интерес към културно-историческото наследство и културно-познавателния туризъм</li> <li>✓ Засилен инвеститорски интерес</li> <li>✓ Благоприятна законова среда за развитие на туризма</li> <li>✓ Търсене на туристическа анимация.</li> </ul>
<p><b>СЛАБИ СТРАНИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Липса на стратегия за реклама</li> <li>✓ Ограничени финансови средства за маркетингова дейност и инвестиции</li> <li>✓ Липса на достатъчен брой квалифицирани кадри в областта на туризма в общината</li> <li>✓ Намаляване на раждаемостта в общината и миграция на млади хора към по-големите градове</li> </ul>	<p><b>ЗАПЛАХИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Липса на добра законова уредба за защита на културно-историческото наследство</li> <li>✓ Екологични проблеми</li> <li>✓ Бюрокрация и корупция,</li> <li>✓ Ограничени правомощия на общината</li> </ul>

*Фиг. 1. „SWOT-анализ на община Хисаря като туристическа дестинация“*

\* Фигурата е разработена по План за развитие на Община Хисаря 2014 – 2020 г.

## 6. Заключение

Данните за брой туристи, реализирани нощувки, средна заетост на легловата база, дялове на чуждестранни туристи и брой легла във високотекатогорийни хотели доказват, че Хисаря се развива успешно като туристическа дестинация.

Богатите ресурси на община Хисаря са добра предпоставка за развитие на различни видове туризъм в атрактивна, чиста и съхранена природа. Това е туризъм, който дава възможност за материално и социално благополучие на

местното население, формира у него екологическа култура и навици и спомага за опазването и възстановяването на околната среда и биоразнообразието.

Хисаря предлага целогодишно висококачествен туристически продукт, основан на разнообразието, уникалността и автентичността на природните и културни богатства, на развита и осъвременена туристическа и балнеолечебна база.

Необходимо е да се продължи да се привличат български туристи и да се поддържа конкурентна позиция на чуждестранните пазари като Израел, Гърция, Русия, Германия и други.

Доброто познаване на всички фактори, от които зависи развитието на туризма в община Хисаря, и правилното взетите решения, свързани с продължаване на подобряването на туристическата инфраструктура, качеството на предлагания туристически продукт и не на последно място засилване на рекламната дейност ще допринесат за осигуряването на стабилен темп на развитие на туризма през следващите години.

## 7. Източници

- Статистически данни от Община Хисаря
- Програма за развитие на община Хисаря 2014 – 2020 г.
- Общински план за развитие на община Хисаря 2014 – 2020 г.
- НСИ – Национален справочник за област Пловдив

<http://bulgariatravel.org/bg/object/73/hisarya>

<https://hisar.bg>

<https://www.24chasa.bg/ojivlenie/article/5697196>

## 8. Приложение № 1

### 8.1. Таблици

Таблица 1. Видове средства за настаняване и брой легла в тях за 2017 г. в община Хисаря

№ по ред	Места за настаняване	бр. тур. обекти	Бр. легла	категории / легла							
				*	легла	**	легла	***	легла	****	легла
1.	хотели	19	1715	1	28	5	312	9	816	4	559
2.	почивни станции	2	124	2	124	-	-	-	-	-	-
3.	къщи за гости	10	128	2	16	7	86	1	26	-	-
4.	бунгала – 16	16	42	16	42	-	-	-	-	-	-
5.	стаи за гости	29	166	9	43	18	111	2	12	-	-
6.	апартаменти за гости	73	104	1	4	-	-	72	100	-	-
	<b>Общо обекти / легла</b>	<b>149</b>	<b>2279</b>	<b>31</b>	257	<b>30</b>	509	<b>84</b>	954	<b>4</b>	559
	<b>% отн. дял към общия брой</b>				11%		22%		42%		25%

Източник: Община Хисаря

**Таблица 2.** „Брой български и чуждестранни туристи и реализирани нощувки в община Хисаря за периода 2010 – 2017 г.“

години	регистрирани туристи			реализ. нощувки		
	общо	БГ	ЧГ	БГ	ЧГ	общо
2010	<b>79214</b>	74971	4243	181378	25418	<b>206796</b>
2011	<b>90490</b>	83572	6918	198836	46179	<b>245015</b>
2012	<b>91774</b>	84340	7434	204294	54856	<b>259150</b>
2013	<b>92235</b>	84872	7363	210286	57723	<b>268009</b>
2014	<b>99021</b>	89385	9635	203822	64247	<b>268069</b>
2015	<b>102756</b>	92717	10039	211400	66808	<b>278208</b>
2016	<b>122278</b>	111658	10620	243910	68517	<b>312427</b>
2017	<b>118324</b>	107887	10437	244457	66829	<b>311286</b>

Източник: Община Хисаря

**Таблица 3.** „Брой български и чуждестранни туристи и реализирани нощувки, среден престой на туристите и заетост на легловата база в община Хисаря за периода 2010 – 2017 г.“

годи-на	Регистрирани туристи			Реализирани нощувки			ср. престой дни	% зает.
	рег. бълг. туристи	рег. чужд. туристи	общо	реал. нощ. бълг. тур.	реал. нощ. чужд. тур.	общо		
2011	83572	6918	<b>90490</b>	198836	46179	<b>245015</b>	2,7	33
2012	84340	7434	<b>91774</b>	204294	54856	<b>259150</b>	2,8	38
2013	84872	7363	<b>92235</b>	210286	57723	<b>268009</b>	2,9	40
2014	89386	9635	<b>99021</b>	203822	64247	<b>268069</b>	2,7	40
2015	92717	10039	<b>102756</b>	211400	66808	<b>278208</b>	2,7	40
2016	111658	10620	<b>122278</b>	243910	68517	<b>312427</b>	2,6	42
2017	107887	10437	<b>118324</b>	244457	66829	<b>311286</b>	2,6	38

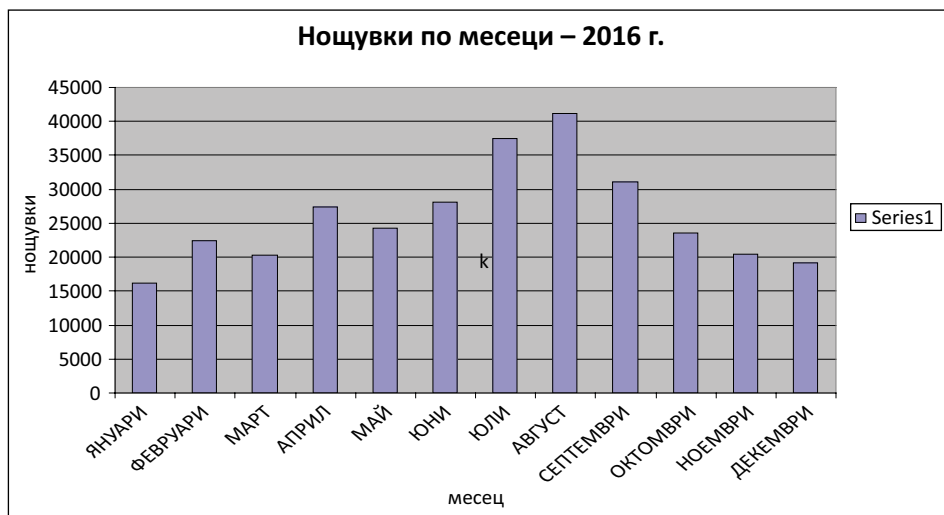
Източник: Община Хисаря

## 8.2. Графики



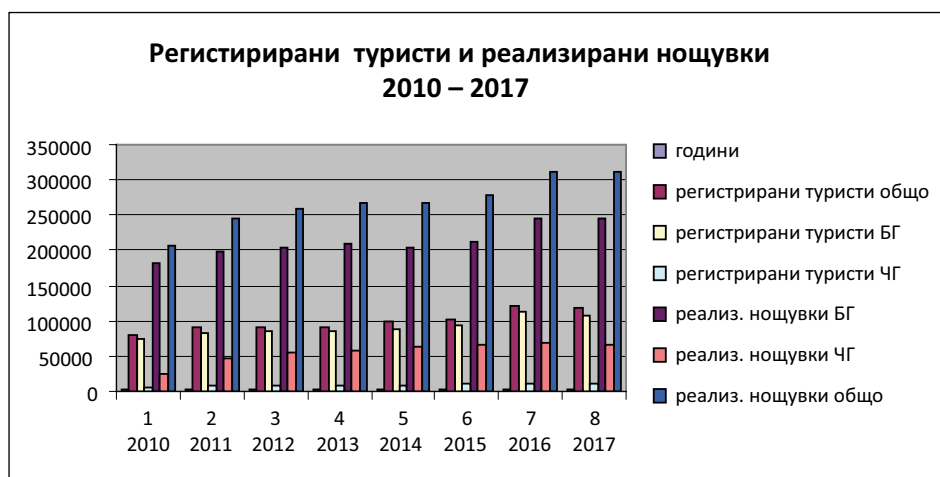
Източник: Община Хисаря, ТТООД

**Графика 1.** Реализирани нощувки по месеци през 2017 г. в община Хисаря



Източник: Община Хисаря, ГТТОД

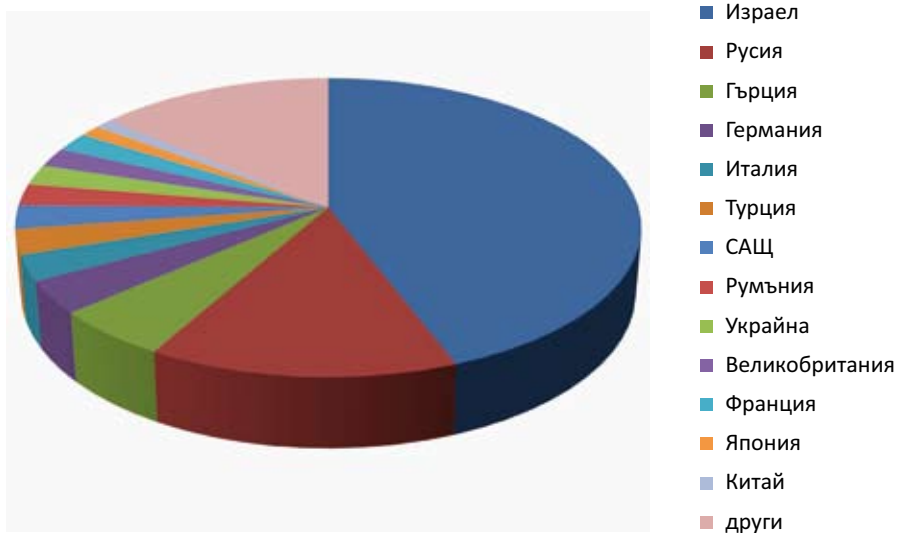
**Графика 2.** Реализирани нощувки по месеци през 2016 г. в община Хисаря



**Графика 3.** Брой регистрирани български и чуждестранни туристи и реализирани нощувки за периода 2010 – 2017 г.



### Чуждестранни туристи – 2017 г.



*Графика 4. Дялове на регистрирани чуждестранни туристи в община Хисаря за 2017 г.*

# Моделът на растеж на Солоу – оценка на общата факторна производителност в България

Габриела Димитрова Колева

*Катедра „Международни икономически отношения“  
Специалност „Международни икономически отношения“  
Икономически университет – Варна*

## 1. Въведение

Робърт Солоу<sup>1</sup> е пионер в количественото определяне на приноса на всяка от непосредствените причини за увеличаване на натрупването на производствен капитал, трудов ресурс и производителност към икономическия растеж. Този подход е по-скоро счетоводна рамка, основана на актуални данни, отколкото икономически модел. Тя има за цел да отговори на следния въпрос: Какъв процент от регистрирания икономически растеж можем да придадем на растежа на капитала, ръста на работната сила и промените в общата производителност (TFP-total factor productivity)?

**Обект на изследването** е икономическият растеж, изразен чрез стандартната производствена функция плюс новия елемент – обща факторна производителност.

**Предмет на изследването** е моделът на растеж на Робърт Солоу и общата факторна производителност като измерител на икономическия растеж, базиран на нови технологии.

**Основната цел** тук е да се определи какъв процент от икономическия растеж в България се дължи на общата факторна производителност.

За изпълнението ѝ се поставят няколко **основни задачи**:

- ◆ да се определят основните показатели във формулата на Солоу за икономическия растеж;
- ◆ да се изчисли процентът на икономически растеж в България за периода 2010 – 2016 г.;
- ◆ да се намери дялът на общата факторна производителност в икономическия растеж на България и да се обясни нейното влияние върху икономиката на страната.

В помощ на реализирането на поставената цел с прилежащите ѝ задачи ще се проследи и динамиката на основните параметри през годините.

---

<sup>1</sup> Solow., R (1957), Technical Change and the Aggregate Production Function, Review of Economics and Statistics, 39, pp. 312-322

## 2. Същност на метода на Солоу

Методът на Солоу обикновено се нарича счетоводство на растежа или източници на растеж. Той започва със стандартната производствена функция, свързана с приноса на труда и капитала за агрегиране на производството, след което добавя термина обобщаващ общата факторна производителност (TFP). Целта на TFP е да се измери приносът за производството на ефективност, технологии и други влияния върху производителността. Тази производствена функция след това се преобразува във форма, която позволява да се измери приносът на промените във всеки един период на разширяване на работната сила, капиталовия фонд и растежа в TFP. Полученото уравнение е:

$$g_y = (W_K \times g_K) + (W_L \times g_L) + \alpha$$

В това уравнение  $g_y$  означава растеж на БВП или по-точно това е темпът на икономически растеж. Подобно на това  $g_K$  и  $g_L$  са съответно темповете на растеж на капитала и работната сила.  $W_K$  и  $W_L$  представляват дяловете от общия доход на заетите и капитала. Последната променлива е  $\alpha$ , с която означавате TFP, или по-точно скоростта на промяна на общата факторна производителност. Този вид счетоводен анализ е широко използван в много страни за обяснение източниците на растеж, обръщайки голямо внимание на растежа на TFP<sup>2</sup>. През 2000 г. Световната банка публикува специална статия, посветена на общата факторна производителност. Според банката печалбите от TFP, отразяващи по-ефективното използване на суровините, отдавна са се превърнали в източник на подобрения в доходите и благосъстоянието. Разликите в доходите между държавите, нивата и темповете на растеж се дължат главно на разликите в производителността. Следователно измерването на TFP е важна оценка за миналото и бъдещо представяне на държавите. Но това се оказва трудно по две причини – сравнително безвредни разлики в допусканията могат да доведат до много различни оценки на растежа на TFP и самото интерпретиране на растежа може да бъде проблематично заради фактори, далеч по-различни от техническите<sup>3</sup>.

## 3. Обща факторна производителност в България

За изследвания период от 7 години ще се представи моделът на растеж на Солоу от гледна точка на растежа в България. За да се тества моделът, ще се изчисли общата факторна производителност, за да се изрази степента, в която натрупването на капитал, трудовата акумулация и растеж на TFP допринасят

<sup>2</sup> Perkins, H.D., Radelet, S., L.D. Lindauer (2006), Economics of Development, Sixth Edition – International Student Edition, Chapter 3 Economic Growth: Concepts and Patterns, Source of growth analysis, W.W Norton and Company New York, London, pp. 69-71.

<sup>3</sup> World Bank (2000), Measuring growth in total factor productivity, Economic Policy, Prem notes, Washington, USA, September, Vol. 42, pp. 1-2.

за общия темп на растеж на БВП. Зад понятието най-често стои схващането, че освен традиционните фактори на производство „труд“ и „капитал“ съществува още нещо, което кара производството да нараства. Най-често това „нещо“ се отъждествява с технологичния прогрес. Последното понятие само по себе си може да бъде тълкувано по различни начини, но при всички случаи в крайна сметка се има предвид фактът, че съчетаването на работната сила, машините, човешките знания и умения и новите технологии води до изменение в съвкупния доход, което може да се очаква от изменението на труда и капитала, взети поотделно<sup>4</sup>.

Формулата, чрез която ще се изчисли т. нар. „остатък на Солоу“ или общата факторна производителност, е тази, използвана в учебника „Икономическо развитие“<sup>5</sup>:

$$g_y = (W_K \times g_K) + (W_L \times g_L) + \alpha$$

Данните за БВП, капитал и работна сила са взети от Националния статистически институт. Размерът на работната сила е индикатор за потенциала на икономиката, но няма пряко отношение към БВП, защото коефициентът на заетост варира през годините. Темпът на икономически растеж ( $g_y$ ) се представя чрез изменението на БВП, изчислен по производствения метод<sup>6</sup> по цени на 2010 г., приети за база, за да се избегне допускане на статистически грешки, а и за да може анализът да бъде с по-конкурентно сравними стойности. Под нарастване на капитала и труда ( $g_K$  и  $g_L$ ) се разбира с колко се изменят двата производствени фактора на годишна база. Под капитал се имат предвид капиталови запаси, за които няма директно кореспондиращи данни в НСИ, т.е. не съществуват като готови данни и могат да се намерят като разликата между брутните инвестиции и темпа на изхабяване/амортизация. Брутните инвестиции от своя страна представляват „бруто образуване на основен капитал“, което може да бъде намерено като част от БВП-разходи за крайно потребление<sup>7</sup>.

НСИ не поддържа информация за TFP, съответно няма данни относно темпа на изхабяване на капитала, затова ще се използва този, който К. Ганев е използвал преди в своя материал за оценяване на факторната производител-

<sup>4</sup> Ганев, К. (2005), Измерване на общата факторна производителност: счетоводство на икономическия растеж за България, Българска народна банка, Дискусийни материали, DP/48, юни, София, стр. 5-8, достъпно онлайн на: [http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb\\_publication/discussion\\_2005\\_48\\_bg.pdf](http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_publication/discussion_2005_48_bg.pdf), последно видяно на: 07.02.2018 г.

<sup>5</sup> Perkins H.D., Lindauer, L.D. (2006), Economics of Development, Sixth Edition, International Student Edition, Chapter 3 Economic Growth: Concept and Patterns, New York, W.W. Norton and Company, pp. 70-71.

<sup>6</sup> НСИ (2016), Макроикономически показатели, БВП – производствен метод – национално ниво, София.

<sup>7</sup> НСИ (2016), Макроикономически показатели, БВП – разходи за крайно потребление – национално ниво, София.

ност на България. Той е приел темпът да бъде 0,05. Чрез него ще се изчислят капиталовите запаси. Формулата, която се използва за капиталовите запаси, е следната:

$$K_t = I_t + (1 - \delta)K_{t-1} \text{ или } \Delta K = I_t - \delta K_{t-1}$$

Началният капитал е необходим само за първия елемент на реда, т.е. за избраната референтна година се умножава размерът на бруто образуването на ОК по 20. След това процесът продължава, като запасите за текущата година са резултат от инвестициите, направени през текущата година, плюс остатъкът от запасите на предходната след приспадането на изхабяването (амортизацията).

Началният капитал се определя по формулата:

$$K_0 = I_0 / \delta$$

За да се намали случайният ефект от избора на година капиталовите запаси за първоначалното определяне на началния капитал, стойността на инвестициите ще бъде изчислена по данни на НСИ за 2000 г. Знаейки, че темпът на изхабяване е 0,05, бруто образуване на капитал по цени на 2010 г. за 2000 г. е 7459 млн. лв. и при наличието на тези две стойности се намира, че началният капитал е 149180 млн. лв.

Другите важни елементи за изчисление на TFP са делът на труда и капитала в БВП. Двете променливи трябва да имат сбор от 100%. К. Ганев предлага в своята разработка следната формула за дела на труда:

$$W_L = \frac{COE(t) + NMI(t)}{GDP(t)},$$

където:  $COE$  = компенсация на наетите лица, а  $NMI$  = нетен смесен доход,  $GDP$  = БВП. Данните за компенсацията на наетите лица и нетния смесен доход могат да се вземат от националните сметки за БВП – метод на доходите.

Темпът на изменение на всеки един от показателите е изчислен, като разликата на стойностите от текущата и предходната година се разделя на стойността от предходната и след това полученият резултат се умножава по 100.

В Приложения 1 са изведени 3 таблици, които съдържат основните параметри във формулата за Обща факторна производителност (TFP) по учебника „Икономическо развитие“, а именно: БВП по производствения метод, измерен по цени от 2010, Заети лица вместо Работна сила, защото е твърде вероятно да се допусне грешка при изчислението и да се получат други резултати, т.к. не цялата Работна сила е заета и между двата показателя има разлика; Капиталовите запаси, Бруто образуване на основен капитал, Темп на изхабяване, Нетен смесен доход, Компенсация на наетите лица и съответно техните дялове в БВП

и темповете им на изменение. Така чрез горепосочената формула данните от трите таблици в Приложения 1 се получават следните стойности за TFP в Таблица 1.

**Таблица 1.** Обща факторна производителност

Година	Обща факторна производителност (%)
2010	3,2%
2011	1,5%
2012	1,1%
2013	0,3%
2014	0,2%
2015	2,6%
2016	3,0%

Източник: По данни на автора

В Таблица чрез формулата за счетоводния икономически растеж се изчислява общата факторна производителност в България. Получените резултати са с положителен знак, показващи каква част от икономическия растеж на страната се дължи на TFP. Впечатляващи са резултатите за 2015 г. и 2016 г. където TFP е 2,6% и 3%, което означава, че 65% през 2015 г. (0,026/0,04) и 75% през 2016 г. от БВП се дължи на общата факторна производителност (0,03/0,04), а останалите се дължат на промените в Заетостта и Капитала.

През 2015 г. Световната банка издава специален доклад, посветен на Общата факторна производителност в България, давайки съвети за подобряване и надграждане на миналите успехи на българската икономика, с основна цел подобряване на жизнения стандарт в страната<sup>8</sup>. За да се подобрят икономическите показатели на България, тя трябва да се насочи към осъществяването на по-висока производителност, която се базира на заетостта, иновациите, износ, демографски промени, образование, промени на фирмено равнище и съдебната система и др. – това са само част от засегнатите теми в доклада. Увеличаването на производителността е от ключово значение за държавата относно постигането на дългосрочен икономически растеж и по-бързо сближаване с ЕС.

След Световната криза ръстът на производителността става все по-важен, но въпреки това с много ниски стойности, заради последиците от кризата. Започналият инвестиционен бум в България от 2006/2007 г. е спрял след кризата в ЕС. Понижаването на заетостта, както и забавеният приток на капитали и издаването на банкови кредити се отразява драстично на TFP в страната. Най-ниска факторна производителност се е наблюдавала в производствения сектор, а от доклада на Световната банка има данни за движение на TFP около средно 1% за периода 2009 – 2013 г. Според настоящите изчисления за този период общата факторна производителност се движи в границите на 1

<sup>8</sup> Document of the World Bank (2015), Productivity in Bulgaria, Trends and Options, The World Bank Group, Washington, USA, June, pp. 13–15.

– 2 – 3%. Разбира се, изчисленията на Световната банка са правени предвид изключването на много грешки, които биха повлияли на крайния резултат. Освен това за целта на това изследване са използвани данни, изчислени по цени от 2010 г., а тези от Световната банка – по цени от 2005 г. От Таблица 1 се вижда ялната тенденция на нарастване приноса на технологиите, които най-често оказват влияние върху общата факторна производителност, започвайки през 2010 г. едва с 3%, преминавайки през години, в които TFP не е играл никаква роля, и отново достигайки до 3% през 2016 г., въпреки данните за рекордно ниската инвестиционна активност през тази година (660 млн. евро по данни на БНБ).

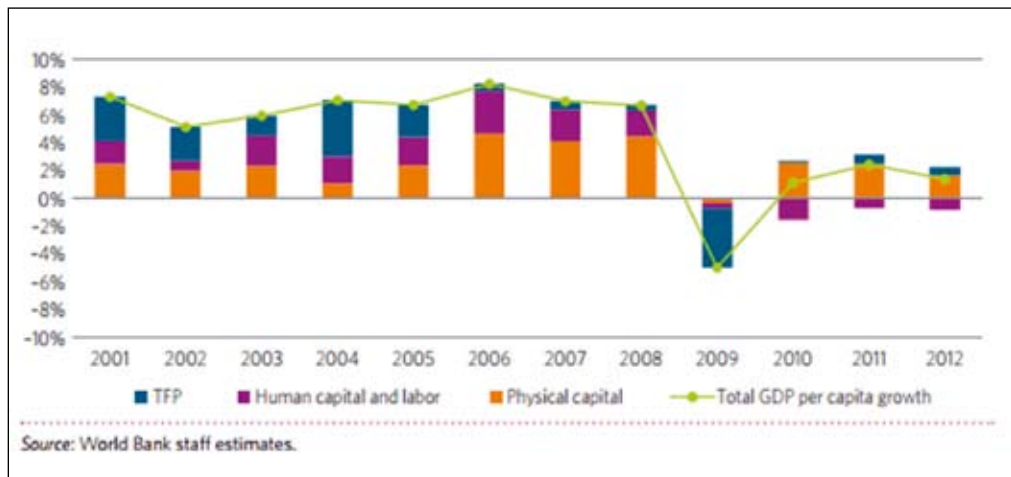


*Фиг. 1. Обща факторна производителност*

Източник: По изчисления на автора

Наблюдаваният едновременен растеж при TFP и заетостта може да се обясни с факта, че при наличие на по-добра факторна производителност ще се увеличава и заетостта, както и увеличаването на работна сила, ще означава по-големи възможности за продуктивност и производство. По-високата факторна производително може да се свързва с по-доброто образование, което се предоставя на ученици/студенти, както и ниските стойности се дължат на големите луфтове между българите и малцинствените групи в страната, които всъщност се явяват едни от основните работници.

На фиг. 2 е илюстриран растежът на TFP от 2001 г. до 2012 г. заедно с работната сила и капитала. При сравнението между двете фигури (фиг. 1 и фиг. 2) за трите години, които присъстват и в изследването на Световната банка и в настоящето, се откриват прилики в процентите на TFP.



**Фигура 2.** *Обща факторна производителност, капиталов запас и работен капитал и сила*

Източник: Световната банка, 2015

#### 4. Заключение

Като заключение може да се каже, че с течение на времето все повече се увеличава дялът на общата факторна производителност, както и право-пропорционалната ѝ връзка с икономическия растеж. С нарастването на технологичния бум в страната, както и експанзията на ИТ сектора, може да се обвърже и по-високата факторна производителност. Също така факторната производителност се обвързва и с притока на чужди инвестиции, нови знания и опит, които осигуряват на държавата иновациите, с които да достига останалите страни-членки на ЕС. Именно секторът на услугите генерира най-голям процент в добавената стойност на страната, а от години насам секторът на услугите е двигателят на икономиката ни. Именно от там идват всички технологични иновации, които издърпват икономиката ни напред, а и също така това е секторът, генериращ най-голям приток на чужди инвестиции. Наред с нарастването на ТФР нараства и заетостта, т. к. връзката между двете променливи е право пропорционална. Щом тези две променливи нарастват, е логично коефициентът на безработица да спада, за сметка на този на заетостта. Високата производителност, идваща от генерирането на нов приток от инвестиции, би увеличила работните места, да подпомогне разрешаването на проблема с демографската криза също би се разрешил, както и би се дала почва за развитието на по-добър начин на живот.



## Приложения 1

Таблица 1.1. Елементи на общата факторна производителност

Година	БВП – производствен метод по цени на 2010 (млн. лв.)	Заети лица (бр.)	Капиталови запаси (млн. лв.)	Бруто образуване на основен капитал по цени на 2010 г. (млн. лв.)	Темп на изхабяване
2009	73794	3725	161897	20176	0.05
2010	74771	3551	170408	16606	0.05
2011	76203	3525	177759	15871	0.05
2012	76227	3436	185029	16158	0.05
2013	76884	3422	191980	16203	0.05
2014	77906	3434	199138	16757	0.05
2015	80724	3446	206384	17203	0.05
2016	83905	3463	212126	16061	0.05

Източник: По данни на НСИ

Таблица 1.2. Нетен смесен доход и компенсация на наетите лица

Година	Нетен смесен доход (млн. лв.)	Компенсация на наети лица (млн. лв.)	Дял на доходите от труд в БВП	Дял на капитала в БВП
2009	27161	25870		
2010	26442	27194	0.72	0.28
2011	30457	28590	0.77	0.23
2012	29323	30240	0.78	0.22
2013	27021	32528	0.77	0.23
2014	25967	34282	0.77	0.23
2015	27220	36573	0.79	0.21
2016	28369	39388	0.81	0.19

Източник: По данни на НСИ и изчисления на автора

Таблица 1.3. Темпове на изменение на основните показатели

Година	Темп на изменение на БВП	Темп на изменение на капитала	Темп на изменение на заетите лица
2009			
2010	0.01	0.05	-0.047
2011	0.02	0.04	-0.01
2012	0.00	0.04	-0.03
2013	0.01	0.04	-0.004
2014	0.01	0.04	0.0
2015	0.04	0.04	0.003
2016	0.04	0.03	0.005

Източник: По данни на НСИ и изчисления на автора

### **Използвана литература:**

1. Ганев, К. (2005), *Измерване на общата факторна производителност: счетоводство на икономическия растеж за България*, Българска народна банка, Дискусийни материали, DP/48, София, стр. 1-37, достъпно онлайн на: [http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb\\_publication/discussion\\_2005\\_48\\_bg.pdf](http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_publication/discussion_2005_48_bg.pdf), последно видяно на: 07.02.2018 г.
2. НСИ (2016), *Макроикономически показатели, БВП – производствен метод-национално ниво*, София.
3. НСИ (2016), *Макроикономически показатели, БВП – разходи за крайно потребление, национално ниво*, София
4. *Document of the World Bank(2015), Productivity in Bulgaria, Trends and Options, The World Bank Group, Washington, USA, June 2015, pp.1-137.*
5. Perkins, H.D., Radelet, S., L.D., Lindauer (2006), *Economics of Development, Sixth Edition – International Student Edition, Chapter 3 Economic Growth: Concepts and Patterns, Source of growth analysis, W.W Norton and Company New York, London.*
6. Solow, R. (1957), *Technical Change and the Aggregate Production Function, Review of Economics and Statistics, Issue 39.*
7. World Bank (2000), *Measuring growth in total factor productivity (English), Economic Policy, Prem notes, Washington, USA, September, Vol. 42.*

# Иновации.бг – същност и анализ на индикаторите за периода 2015 – 2017 г.

Таня Венциславова Андреева

Самуил Петрунов Рачев

Николай Алексиев Павлов

*Катедра „Управление и администрация“*

*Специалност „Мениджмънт“*

*Икономически университет – Варна*

## Въведение

Инициативата Иновации.бг е ежегоден доклад, съставян от фондация „Приложни изследвания и комуникации“ (ПИК) за иновационното равнище на България от 2004 г. насам. Осигурява надеждна оценка на иновационния потенциал на българската икономика, състоянието и възможностите за развитие на българската иновационна система. Той прави препоръки за подобряване на обществената политика по отношение на иновациите в България и в ЕС, като се опира на най-новите теоретични и емпирични изследвания в света и отчита специфична икономическа, политическа, културна и институционална рамка, в която се развива иновационната система на страната. През последните 13 години Иновации.бг прави редица конкретни предложения за подобряване на иновационната политика и практика в страната, които срещат подкрепа както от бизнеса, така и от научния сектор.

## Анализ на показателите от докладите за периода 2015 – 2017 г.

Всеки един от докладите Иновации.бг насочва вниманието към определена област от иновационното развитие на България, като оценяването се извършва на база следните пет показателя: (1) съвкупен иновационен продукт; (2) предприемачество и иновационни мрежи; (3) инвестиции и финансиране на иновации; (4) човешки капитал за иновации; (5) информационни и комуникационни технологии (ИКТ). **Темите** по години са: 2015 г. – Иновационно поведение на българските фирми; 2016 г. – Иновации чрез таланти; 2017 г. – България в глобалните технологични вериги.

### **Показател 1: Съвкупен иновационен продукт за периода 2015 – 2017 г.**

**Иновации.бг за 2015 г.** отчита, че България попада в групата на умерените иноватори с над 50% изоставане в сравнение с останалите страни от ЕС. Като главен проблем се извежда недостатъчното финансиране на научните

разработки и проекти. По отношение на технологичния продукт се отчита, че за периода 2000 – 2014 г. има издадени 15 954 патенти, като 92% принадлежат на чуждестранни фирми, които нямат интерес от това да правят бизнес в България. Интересът на българските патентоприетатели спада с годините и е разделен почти пропорционално между технологичните сектори. Като тревожен се отчита фактът, че по-скоро липсва интерес към патентоване на научни разработки и патенти от висшите училища (едва 1.8%). В областта на технологичните разработки най-голямо е патентоването на софтуерни разработки, което се свързва с все по-напредващата тенденция за изграждане на дигитален свят и отново нуждата от финансиране за развитието на сектора в България.

По отношение на научния продукт в доклада се посочва, че издаването на научни публикации от 1996 г. до 2014 г. в България бележи напредък, но въпреки това страната е на 51-во място в световната класация за научни изследвания и публикации. Като най-голям дял научни публикации са направени в областта на физиката и медицината, което затвърждава позициите в доклада, че българите са знаещи и можещи, но се нуждаят от стимулиране за постигане на по-високи резултати.

В *Иновации.бг за 2016 г.* се посочва негативната тенденция, че България вече е в групата на скромните иноватори, като изпреварва единствено Румъния. Този факт е тревожен, защото дори страната ни да увеличава броя на защитените лица във високотехнологичния сектор и да се стреми да подобри иновационния продукт, в иновационно отношение по-скоро изостава от останалите страни-членки на ЕС. Това се дължи на ниските стартови позиции на страната. Известно подобрене е отчетено от страна на технологичния продукт на страната, но същевременно заявките за патент от страна на български фирми са намалели три пъти (от над 100 броя до едва 30 – 40 за 2016 година). Същата тенденция се наблюдава и при заявките за патенти на университетите. БАН се определя като един от най-активните изследователски центрове, който регистрира по-голямата част от патентите в България. Другият притеснителен факт е, че повечето от патентите отново са от чуждестранни фирми, които мислят да извършват бизнес в дългосрочен план в страната. През 2016 г. защитата на правната среда в страната остава непроменена.

Съгласно методологията на Европейското иновационно табло в *Иновации.бг за 2017 г.* се отчита, че България е единствената страна-членка на ЕС, която не регистрира напредък на иновационния потенциал за последните седем години. Този резултат може да се приеме, че изглежда оптимистично на фона на най-сериозния спад в рамките на ЕС, регистриран от Румъния (31%), както и изоставането, отчетено за още 11 държави. България успява да държи стабилна иновационната си стратегия въпреки недостатъчната си компетентност.

## **Показател 2: Предприемачество и иновационни мрежи**

В Доклада от 2015 г. се посочва, че за благодетелстване развитието на множеството малки фирми у нас се появяват клъстерите. Първите бизнес клъстери се създават през 2003 г. по проект от програма ФАР. Развитието им е на два етапа, като вторият съвпада с влизането на страната в ЕС, предоставящо по-голяма финансова подкрепа за развитието им. В България има 144 клъстера, а като най-предпочитани сфери за развитие са средно- и нискотехнологичните: производство на облекло; производство и разпределение на електрическа енергия; горско стопанство; производство на метални изделия. Българите предпочитат да заложат на сигурното, където има повече данни и изследвания, и избягват високотехнологичните и наукоемките услуги. Дейността на клъстерите зависи изцяло от публичното финансиране и политиката на страната, поради което развитието на клъстерите в България изостава спрямо глобалния им мащаб.

От доклада *Иновации.бг 2016 г.* се вижда, че в България има сравнително малко предприемачи и повечето са чуждестранни фирми. Като цяло българските собственици на бизнеси не са склонни да наемат нови служители и да отделят средства за предприемаческа и иновационна дейност. В същото време успешните предприемачи в България имат висок обществен статус. Като най-предприемачески настроени се определят хората на възраст между 35 – 44 години, които не са се реализирали на пазара на труда. Изключително малко са предприемачите, използващи публично и национално финансиране у нас, което се дължи на недоверието към националните институции.

В доклада *Иновации.бг за 2017 г.* се отчита, че в регионално отношение съществуват различия. Северна и Източна България попадат в рамките на скромните иноватори, докато Югозападна и Южна Централна България – в групата на умерените иноватори. За последните десет години двата региона следват еднакви трендове в развитието на иновационния си потенциал: общ ръст спрямо базовата 2009 г. от 20% за Югозападна и Южна Централна България и 117% за Северна и Източна България.

За 2017 година близо 90% от предприятията разполагат с иновационна стратегия, която произтича от предварителен анализ на факторите на фирмената среда и оценка на потенциала за бъдещо развитие. През 2017 г. за трета поредна година България е включена в Глобалния мониторинг на предприемачеството, но дялът на латентните предприемачи остава нисък – едва 7,09% от населението на възраст 18 – 64 години, което е много под средното равнище от 11,86% за Европа. През 2016 г. профилът на типичния български предприемач се измества в по-ниска възрастова категория (25 – 34 години), но запазва ниския си мотивационен индекс – едва 1,1%.

Интересен факт е, че България е първа по брой на жените-предприемачи, като коефициентът мъже/жени за новосъздаден бизнес е 80% от нивото на мъжете.

Във връзка с иновационните мрежи България има по-скоро пасивна позиция и бива последовател. Причината се крие във факта, че в страната няма достатъчно благоприятни възможности за създаване на иновации – БВП, икономическа стабилност и т.н. Като основна причина за изоставането се посочва факторът *корупция*, *недостатъчната закрила на правата* (включително върху интелектуална собственост), *зависимост на съдебната система*, *непрозрачност на правителствените политики*, *бизнес разходи срещу престъпления и насилие*, *организирана престъпност*. Проблематични остават някои бизнес практики и обучение, ориентирано към съвременните потребности на бизнеса.

### ***Показател 3: Инвестиции и финансиране на иновациите***

В *Иновации.бг 2015 г.* се посочва, че по този показател България бележи ръст в разходите за НИРД за 2014 г. в размер на 26% спрямо предходната година и се определя като най-доброто ѝ постижение от 2000 г. насам. Финансирането идва главно от европейски програми и от чуждестранни инвестиции. С най-голям дял се отличава финансирането на НИРД в бизнес сектора, при все по-намаляващи бюджети за тази дейност в сектор „Образование“. Другият дисбаланс в този показател е неравномерното разпределяне на средствата по географски региони в страната и даване на приоритет на Югозападния регион.

Положителна страна от този показател е, че се отделят значителни разходи за БАН като основен представител на науката в страната. БАН участва и в различни проекти по стратегията „Хоризонт 2020“ и има най-висок дял, като изпреварва бизнеса.

Според *Иновации.бг 2016 г.* средствата, отделяни за НИРД, са високи за страната (40% – 50%) и нарастват с всяка година, като 15% от инвестициите у нас са в дълготрайни активи. Основните разходи за НИРД са в две направления – технически и медицински науки. Като тук се има предвид, че страната ни е с много добри нива на качествено образование в областта на медицината. За сметка на това реализацията на българския пазар на труда не е предпочитано от завършилите студенти. Над 50% от тях са склонни да търсят реализация в чужбина или да продължат образованието си извън страната. Създаденият Софтуерен университет се опитва да се справи с този проблем, като отделя средства за обучение и стажантски програми за набиране на нови кадри. Университетът е с изключително добри показатели на висококвалификационно ниво на образование в областта на технологиите и реализация на студентите му (92% от завършилите са наети от софтуерни фирми).

*Докладът от 2017 г.* сочи, че до месец юли 2017 г. в рамковите програми на ЕС са взели участие 278 български организации, получили общо финансиране от 46,57 млн. евро. От тях 53 е броят на МСП с дял от 7,81 млн. евро. Български организации и лица са кандидатствали с 2 809 проекта при ниво на успеваемост от 9,6% (при 13,3% средно ниво за ЕС-28). Така България се класира на 20-о място по брой на финансираните проекти и на 24-о място

по размер на привлечено европейско финансиране. Основните партньори на българските организации при съвместно изпълнение на изследователски проекти са: Германия (401), Испания (355), Великобритания (329), Италия (304) и Франция (230). Водеща между изследователските организации у нас е БАН. Седемнадесет института на Академията са получили европейско финансиране от 7 880 479,65 евро за общо 42 изследователски проекта по програма „Хоризонт 2020“. С 12 проекта и 2 585 081,21 евро на първо място е Софийският университет, следван от Медицински университет Варна (935 791,25 евро), Технически университет София (682 500 евро) и Пловдивски университет (116 812,49 евро) с по 3 проекта.

COSME е друг важен инструмент на ЕК за насърчаване на конкурентоспособността и иновационния потенциал на МСП чрез осигуряване на капиталово и дългово финансиране, подобряване на бизнес средата и предприемачеството. През настоящия програмен период 65 държави от цял свят имат участници в проекти, финансирани от програмата. България е на 15-о място с 25 участници (МСП, НПО, държавна администрация) и общо получено финансиране до момента от 3 077 929,45 евро.

През 2016 г. за първи път за последните 17 години разходите за НИРД намаляват в абсолютен размер. Спадът е значителен – с близо 14%, което на фона на нарастващия размер на БВП (1,06 спрямо показателя по текущи цени през 2015 г.) е съпроводено от още по-драстично намаление и на техния относителен дял от почти 19%. Като основна причина за това се посочва сериозният спад на средствата от чужбина (близо 33%), които в основната си част включват средства от чуждестранни предприятия.

#### ***Показател 4: Човешки капитал за иновации***

В *Иновации.бг 2015 г.* се посочва, че България е на последно място по този показател от 61 страни, участвали в изследване на „Института за развитие и мениджмънт“, Швейцария. Увеличава се размерът на разходите за НИРД и в тази връзка – увеличение на персонала, зает с научни изследвания, особено в бизнес сектора. Негативна е тенденцията в образователната система, където въпреки увеличението на научния състав извършваната дейност е предимно в преподавателската област поради недостатъчно средства за научна дейност. Тревожен е и фактът, че през последните години намалява броят на студентите и на завършващите висше образование, докато броят на получилите докторска степен запазва своите позиции с годините и дори бавно нараства. Негативна е и тенденцията голяма част от българските студенти да заминават да учат в чужбина, в резултат на което изследване на The Global Talent Competitiveness Index 2014 показва, че от 93 държави България е на 89 място по „изтичане на мозъци“ в чужбина и на почти същото място за привличане на такива в България. В резултат на това страната ни доброволно се отказва от хора, които могат да допринесат за нейното иновативно развитие.

Същата тенденция се констатира и в следващия доклад – *Иновации.бг 2016 г.* България разполага с човешки фактор, но поради лошите икономически условия и несигурността на организациите, както и трудната реализация след завършване на университет карат по-голямата част от младежите на възраст между 18 – 25 г. да търсят реализация навън. Въпреки това броят на изследователите и лицата, заети с изследователска и развойна дейност, нараства от 2000 г. насам, като намалява единствено в държавния сектор. Най-голям е дялът на заетите лица в НИРД в техническите науки. Броят на чуждестранните студенти е над 5000 човека за периода 2007 – 2014 г., което е доказателство за високо качествено образование в България и че страната се очертава като образователно средище за всички съседни държави.

Във връзка с показателя *човешки капитал за иновации* в *Иновации.бг 2017 г.* се посочва, че за отчетния период (2016 г.) издадените от Патентното ведомство на Р България (ПВРБ) патенти за изобретения на български притежатели са само с 6 повече спрямо предходната година (40 на брой). Едва 13 са европейските патенти, регистрирани от бизнес сектора след 2001 г. (по-малко от 4% от всички фирмени патенти за периода). Пет нови патента добавя БАН през 2016 г., като най-активни за последните десет години са: Институтът по управление и системни изследвания (22 патента), Институтът по металознание (12 патента) и Институтът по механика (10 патента), които допринасят за 50% от цялата патентна активност на Академията за периода на членство на България в ЕС. През 2016 г. се наблюдава възстановяване на публикационната активност на българските учени в базата данни SCOPUS след едногодишния спад по показателя през 2015 г. – до 3 978 научни публикации, като достига равнището от най-силния за страната период 2012 – 2014 г. Увеличението е с 15% на годишна основа и е най-значимото за България след 2007 г., когато ръстът достига малко над 24%. На този фон страната запазва относително стабилни позиции си по отношение на международната, европейската и регионалната научна общност. България получава най-ниска оценка по показателите за потенциал за задържане на таланти (125-о място, което ни нарежда на едно от последните места) и потенциал за привличане на таланти (110-о място).

#### ***Показател 5: Информационни и комуникационни технологии***

Докладът *Иновации.бг 2015 г.* отчита интерес на чуждестранни компании да развият бизнес у нас, като за 2015 г. страната е получила награда за аутсорсинг дестинация на годината. Липсват, обаче, достатъчно подготвени кадри и особено в софтуерната област, както и с адекватна чуждоезикова подготовка. Посочва се, че българското министерство планира концепция за създаването на 30 000 софтуерни специалисти, но тук възниква и разминаването между концепцията, вътрешната съгласуваност и образователната система. Наблюдава се увеличаване дела на фирмите, развиващи електронна търговия, както и на осъществяващите микропредприемачество в интернет. Нараства и дялът на



хората, които използват интернет, въпреки че страната все още е под средните нива. България заема едно от водещите места по покритие на мрежата, но остава с мобилния интернет.

В *Иновации.бг 2016 г.* се отчита, че с развитието на технологичния сектор все повече фирми имат собствен сайт или поне страница в социална мрежа и реализират част от продажбите си чрез интернет. Приходите от реклама намаляват от 2007 г. насам (чрез интернет, телевизия или реклама по пресата), което се дължи на увеличение на покупките от чуждестранни сайтове и внасянето на стоки от чужбина.

В *Иновации.бг 2017 г.* се посочва, че броят на заетите ИТ специалисти в България през 2016 г. е 80,9 хил. души, което осигурява дял от общата заетост в страната в размер на 2,7%. България е безапелационен лидер по отношение на радиочестотна идентификация на продукти с 9,25% при средно за Европа 3,85%. Страната се специализира в по-ниско технологичните ниши, при които е важно да се стигне до ефективно етикетирание, пакетирание, складиране и логистика на готовите продукти, което без тази технология ще бъде доста бавно и скъпо, дори при ниските цени в България. Като интересен може да се посочи фактът, че едва 17% от гражданите на България са пазарували онлайн през 2017 г. и само 6,3% са пазарували услуги онлайн. Именно онлайн услугите са тези, които изискват по-сложни ИКТ системи и тяхното увеличено потребление би довело до по-голямо вътрешно търсене.

## Заклучение

Равнището на иновационно развитие в българските фирми може да се определи като напредващо, но все още далеч от средното за европейските страни. Главна пречка за по-успешното развитие е липсата на средства за развитие на научна дейност във висшите училища и не достатъчно подготвения продукт, който излиза от тях. Освен това липсват кадри в най-развиващия се сектор, а именно – на информационните технологии. Същевременно данните ясно показват, че българинът по-скоро няма интерес към патентоване и развитие на идеите си в България. Главна вина за това има политиката и икономическото състояние на страната, а тук възниква и парадоксът, че в страната ни по-голям интерес да развият дейността си имат чуждестранни компании (аутсорсинг). Местните фирми би следвало да намерят начин да се възползват от този интерес и да извличат ползи и за своето развитие. Вниманието трябва да се насочи и към един от големите проблеми на страната, а именно това, че много млади хора я напускат, търсейки пътища за реализация в чужбина, а България е страна с мнозинство от интелигентни хора, които могат да обединят усилията си за ускоряване на развитието ѝ. Нужно е, обаче, институциите и бизнеса да обединят своите усилия, за да се създадат благоприятни предпоставки за това.

**Използвана литература:**

1. *Годишен доклад: Иновации.бг 2015 г. – Иновационно поведение на българските фирми.*
2. *Годишен доклад: Иновации.бг 2016 г. – Иновации чрез таланти.*
3. *Годишен доклад: Иновации.бг 2017 г. – България в глобалните технологични вериги.*
4. <http://www.arcfund.net/index.php?id=479>

---

**Таня Андреева**  
*tanya.v.andreeva@gmail*

**Самуил Рачев**  
*samuil\_rach@abv.bg*

**Николай Павлов**  
*nikolai.alexiev@abv.bg*

---

Икономически университет – Варна  
**Студентска научна конференция – 2018**  
*Сборник с доклади*

Българска, първо издание

Формат: 16 / 70 × 100

Обем: 7,625 п.к.

Предпечат и печат Издателска къща СТЕНО  
Варна, Централна поща, п.к. 333  
тел./факс 052/608 546  
e-mail: [stenobg@gmail.com](mailto:stenobg@gmail.com)  
[www.stenobooks.com](http://www.stenobooks.com)

ISSN 1313-9029