
ПРАКТИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ФИНАНСОВИЯ КОНТРОЛИНГ ВЪВ ФИРМАТА

Доц. д-р Людмил Б. Кръстев¹

*Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,
катедра „Финанси и кредит“*

Резюме: Финансовият контролинг подпомага мениджърите на фирмата при вземане на правилни управленски решения. Контролингът като процес включва действията по планиране, контрол и анализ. Планирането се свързва с поставянето на целите и разработването на плановете бюджети, контролът – с констатиране на отклоненията от целите, а анализът – с разкриването на причините за тези отклонения. Централно място във финансовия контролинг заема информационната система. Тя включва система от показатели и водещ показател, който се приема като цел. Ролята на информационната система в контролинга е да свърже действията по планиране, контрол и анализ. В статията информационната система на финансовия контролинг е приложена в конкретна фирма – застрахователно дружество, опериращо в бранша „Общо застраховане“.

Ключови думи: контролинг, финансови отчети, финансов анализ.

JEL: G21, G22.

Съществуват различни подходи за оценка на финансовото състояние на една фирма. Оценка на финансовото състояние на фирмата може да бъде дадена от външен контролен орган, например Комисията за финансов надзор. Тази оценка се прави с цел да се определи дали основните финансови показатели на фирмата отговарят на нормативно предписаните. Оценка за финансовото състояние на фирмата може да се даде и от лица, пряко засегнати от нейната дейност – акционерите. Тази оценка обаче е по-скоро субективна. Тя оказва влияние върху поведението на инвеститора и дава импулс за решение за покупката или продажбата на акциите на фирмата. Важно условие в случая е фирмата, да

¹ E-mail: lkrustev@uni-svishtov.bg.

се търгува на фондовата борса. Оценка за финансовото състояние на фирмата може да се получи и по линията на финансовия контролинг. Ролята на контролинга като процес е да бъдат поставени целите (залегнали в плана), да бъдат разкрити отклоненията от целите (в резултат на контрола), да бъде направен анализ на причините за отклоненията и да бъде даден импулс за вземане на решение за тяхното отстраняване. Контролингът във фирмата включва: планиране, изпълнение на плана и отчитане на резултатите, контрол и анализ (*Каменов, К., 1993. с. 30*). Той има отношение към лицата, които са пряко ангажирани с нейната дейност (нейните служители). Субект на контролинга е вътрешно за фирмата лице, което ползва информационна система, обхващаща всички сфери на нейната дейност. Следователно обект на контролинга са производството, доставката, продажбите и всички останали дейности на фирмата.

Обект на изследване в настоящата статия е финансовото състояние на фирма от бранша „Общо застраховане“. **Предмет** на изследване е прилагането на контролинг система за отчитане на нейното финансово състояние. В статията е застъпена тезата, че финансовият контролинг подпомага мениджмънта на фирмата при вземане на управленски решения с оглед достигане на предварително набелязаните цели.

Разработката има за **цел** да бъде приложен практически инструментариумът на финансовия контролинг. За постигане на целта са поставени следните **задачи**:

- да бъдат формулирани целите на застрахователното дружество в контекста на финансовия контролинг;
- да бъде представена информационна система, обслужваща контролинга в застрахователното дружество.

1. Показатели, изграждащи информационната система във фирмата

В специализираната литература контролингът се описва като непрекъснат кръгов процес, включващ планиране, контрол и анализ (*Илиев, Б., 2010. с. 195*). Чрез контролинга става възможно обвързването на дейностите по планиране, контрол и анализ чрез цялостна информационна система. Ролята на контролинга е не само да бъдат констатирани отклоненията на фактическите спрямо плановете величини, но да бъде даден и импулс за промяна. В този случай е необходимо или да бъдат променени стандартите (при големи отклонения спрямо тях), или да бъдат предприети действия, които да поставят резултатите на фирмата в съответствие с предварително набелязаните цели. Когато предварително на-

белязаните цели са изпълнени, ролята на контролинга е да утвърди действията, без да се налага промяна в предварителните планове (Илиев, Б., 2010. стр. 194-196).

Информационната система, от която се ползва контролингът, се състои от показатели. Тези показатели могат да бъдат както стойностни, така и нестойностни. Когато контролингът е насочен към стойностните показатели, се говори за твърд контролинг. Когато той е насочен към нестойностни показатели, се говори за мек контролинг. Нестойностни показатели са фирмената култура, ценностната система и имиджът на фирмата пред обществото. Тези показатели нямат стойностно изражение, но оказват пряко влияние върху стойностните показатели на фирмата (Илиев, Б., 2010. стр. 207-225).

Стойностните показатели, влизачи в рамките на информационната система на фирмата, могат да бъдат от различно естество. Тяхната роля е да дадат информация за състоянието на фирмата, параметрите на обкръжаващата среда и възможността за бъдещото развитие на фирмата в променящите се условия. Стойностните показатели могат да бъдат абсолютни и относителни, външни и вътрешни, финансови и нефинансови (Shulte, С., 1996. pp. 405-409). Абсолютните показатели предоставят информация за дейността на фирмата и нейната околна среда. Тези показатели могат да бъдат разделени на финансови и нефинансови. Финансовите показатели намират отражение в годишните финансови отчети на фирмата. Такива са стойностният размер на активите, величината на собствения капитал, паричните потоци и паричният баланс на фирмата, приходите от продажби, печалбата, величината на разходите за производство и пласмент на продукта или услугата, стойностен размер на инвестициите. Финансовите показатели дават информация за финансовото състояние на фирмата. Когато финансовите показатели стоят в основата на информационната система на фирмата, респективно обслужват дейностите на контролинга, тогава следва да се говори за финансов контролинг.

Нефинансовите показатели имат отношение към числения състав на персонала, брой представителства (агенции), количеството на реализираните продукти (например брой на сключените застрахователни договори по видове застраховки). Тези показатели имат нефинансови измерения, но оказват пряко влияние върху финансовото състояние на фирмата (Shulte, С., 1996. p. 406).

Освен абсолютни, за целите на финансовия анализ се използват и редица относителни показатели. Относителните показатели дават информация за фактическото състояние на фирмата към определен времеви период. Относителните показатели могат да бъдат разделени на два

типа. Първият тип показатели са тези, чиито стойности показват относителен дял на една величина спрямо общата стойност. Такива са структурните показатели като например относителен дял на собствения капитал в общата капиталова структура, пазарен дял на застрахователното дружество, пазарен дял по отделни видове застрахователни продукти, структурен анализ на приходите и разходите, анализ на структурата на активите на застрахователното дружество.

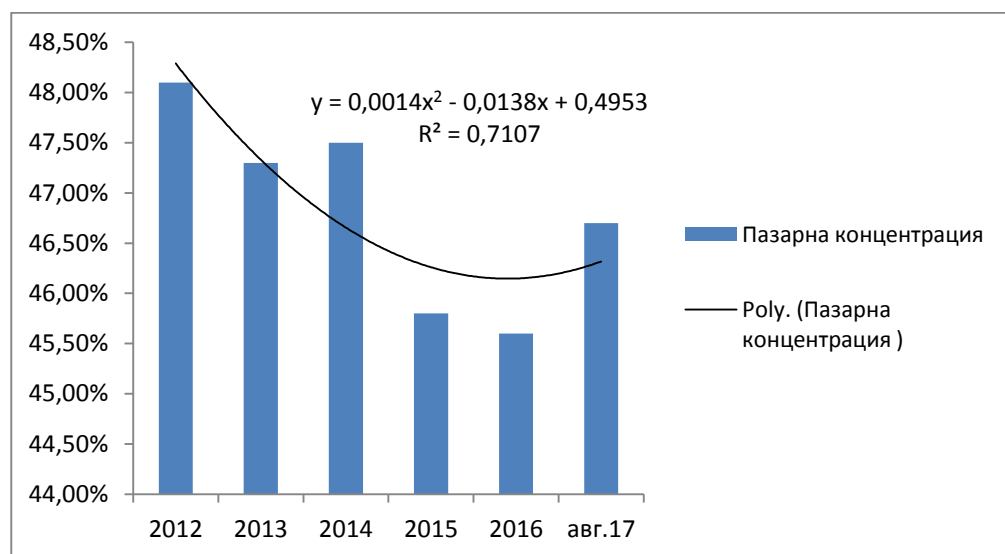
Вторият тип относителни показатели са тези, чиито числови стойности дават информация за различни сфери на дейност на застрахователното дружество. Подобни показатели са:

- рентабилност на премийния приход – дава информация за величината на печалбата, която се пада на 100 лв. премиен приход;
- равнище на застрахователното обезщетение – дава информация за равнището на изплатените застрахователни обезщетения на 100 лв. премиен приход (Орнелюк-Малицкая, Л. и др., 2009. с. 231.);
- доходност на инвестиционния портфейл – отношение между нетния доход от инвестиции и стойностния размер на инвестиционния портфейл;
- възвръщаемост на собствения капитал – отношение между величината на нетната печалба и собствения капитал;
- възвръщаемост на инвестирания капитал – отношение между величината на оперативната печалба (преди лихви и данъци) и величината на инвестирания капитал;
- относителен дял на оперативните разходи на застрахователното дружество – дава информация за величината на аквизиционните и административни разходи спрямо 100 лв. премиен приход;
- дял на финансиране на дълготрайните активи на дружеството със собствен капитал;
- ликвидност на застрахователното дружество – общата ликвидност като съпоставка между оборотните активи и текущите задължения на дружеството.

Както вече бе посочено по-горе, особеното при показателите от втория тип е, че те комбинират стойности, отнасящи се към различни сфери на дейност на застрахователното дружество. Тези сфери на дейност могат да бъдат обслужвани от различни отдели или дирекции на дружеството. В повечето случаи анализираният показател дава информация за това, как се представя застрахователното дружество като цяло на пазара, респективно доколко е ефективна дейността му.

Друг критерий, според който могат да се разделят показателите за целите на анализа, е източникът на информация, използван за тяхното съставяне. От гледна точка на предприятието тези показатели могат да

се разделят на външни и вътрешни. Външните показатели дават информация за околната среда на предприятието като пазарна среда, конкуренти в бранша, клиенти, доставчици. Основен показател, даващ информация за динамиката на пазара и конкуренцията на него, е пазарната концентрация. Съществуват различни критерии, според които дружествата биват класирани, респективно разделяни на водещи или не. Такива критерии са стойностен размер на активите, обем на приходите от продажби, постигнат краен финансов резултат, рентабилност на застрахователните операции. Водещ критерий, според който се класират застрахователните дружества на застрахователния пазар, е величината на премийния приход.² Пазарната концентрация показва разпределението на премийния приход между водещите и останалите застрахователни компании в бранша. Когато по-голяма част от премийния приход е концентриран във водещите четири застрахователни компании, това означава намаляване на конкуренцията в бранша и обратното – намаляването на пазарния дял на водещите застрахователни дружества в бранша е сигнал за изостряне на конкурентната борба. На Фигура 1 е показана пазарната концентрация за бранша „Общо застраховане“, изчислена на базата на генериран брутен премийен приход от водещите четири застрахователни компании.



Собствени изчисления³

Фигура 1. Пазарна концентрация за бранша „Общо застраховане“

² Този подход е възприет към момента от Комисията за финансов надзор.

³ По данни на КФН.

Промяната в пазарния дял на водещите застрахователни компании дава информация за икономическото развитие на сектора. За анализирания период пазарната концентрация в бранша „Общо застраховане“ намалява. Тенденцията, е брутният премиен приход да бъде концентриран не само във водещите застрахователни компании, а и между останалите конкуренти в бранша. Това показва изостряне на конкуренцията между дружествата. Въпреки това общият пазарен дял на водещите застрахователи е висок, като за анализирания период се колебае в границите между 45 и 48 процента, което е близо половината от пазарния дял за бранша „Общо застраховане“.

Вътрешните показатели са изведени на базата на информация за процесите, протичащи вътре в предприятието. В застрахователното дружество тази информация може да има планов характер, когато се отнася до калкулирането на величината на застрахователната вноска, включително тарифното число по отделни видове застраховки. Тази информация може да се отнася и до фактически извършените разходи, свързани с изплащане на застрахователни обезщетения, пласмент на застрахователни продукти, административно-управленски разходи, капиталови разходи, финансови разходи. Вътрешните показатели имат отношение към всички процеси в застрахователното дружество. Към тях следва да се причисли и брутният премиен приход като резултат от пласмента на застрахователните продукти.

Финансовите показатели могат да се разделят на външни и вътрешни и от гледна точка на субектите, които ги използват. Външни са показателите, оповестени в годишните финансови отчети на предприятието. Ползватели в случая са външни за предприятието субекти като финансови контролни органи, инвеститори, клиенти, кредитори. Както вече бе посочено по-горе, тези показатели информират за финансовото състояние на предприятието като например финансов резултат, приходи от продажби, величина на собствения капитал.

Вътрешните показатели са тези, които са изведени от вътрешната отчетност на предприятието. Като носители на информация се използват счетоводни документи, разработените бюджети, калкулирането на разходите по икономически елементи. Ползватели на информацията са вътрешни за предприятието лица, които обслужват различните структурни звена в него. По правило вътрешните показатели обслужват финансовия контролинг във фирмата, т.е. имат пряко отношение към процесите на планиране, контрол и анализ. Възможно е обаче, поради липсата на вътрешна информация, финансовият контролинг да бъде упражняван и от външни лица на базата на официално оповестена от застрахователните дружества информация.

Комбинирането между външни и вътрешни показатели дава възможност да се оцени конкурентната позиция на фирмата на пазара. Чрез съпоставката на външни и вътрешни показатели се определя мястото на едно застрахователно дружество на застрахователния пазар. Съпоставката на прихода от продажби на дружеството с общия премиен приход в бранша дава информация за пазарния дял. Съпоставката на конкретни за дружеството показатели спрямо средните стойности за сектора дава информация за това, дали дружеството се справя по-добре от средното ниво за бранша или изостава от него. Тези показатели са свързани най-вече с отчитане на рентабилността и икономическата ефективност на дружеството в определени икономически дейности. Такива са доходност на инвестиционния портфейл, ефективност на разходите за пласмент на застрахователни продукти, включително разходи за издръжката на агенции и мрежа от агенти, рентабилност на приходите от продажби, възвръщаемост на собствения капитал.

Предимствата на относителните показатели е, че те дават възможност за съпоставка на дружества, които се различават според стойностния размер на активите и обема на приходите от продажби. По принцип дружества със значително по-голям обем на приходите от продажби реализират и по-голям финансов резултат.⁴ Следователно сравняването на дружествата само на базата на абсолютни показатели е некоректно. Относителните показатели дават възможност да бъдат коректно съпоставени дружества с различен стойностен размер на активите и различен обем на приходите от продажби. Това дава възможност да се определи позицията на конкретно застрахователно дружество спрямо конкурентите или водещите застрахователи в бранша. Съпоставката дава възможност да се установи дали анализираното дружество изпреварва или изостава спрямо конкурентите в бранша.

Анализираните дотук показатели следва да бъдат обвързани в информационна система. По този начин може да се получи пълна картина за финансовото състояние на предприятието, включително за протичащите в него процеси, поставените цели, постигнатите резултати и възникналите отклонения. Информационната система в предприятието има пряко отношение към неговото управление. Мениджмънтът следва да бъде ориентиран към основни ключови финансови показатели, които информират за качеството на активите, начина на тяхната употреба и възможността да носят на техния собственик определена целева доходност. Пряко отношение към доходността има и рентабилността на при-

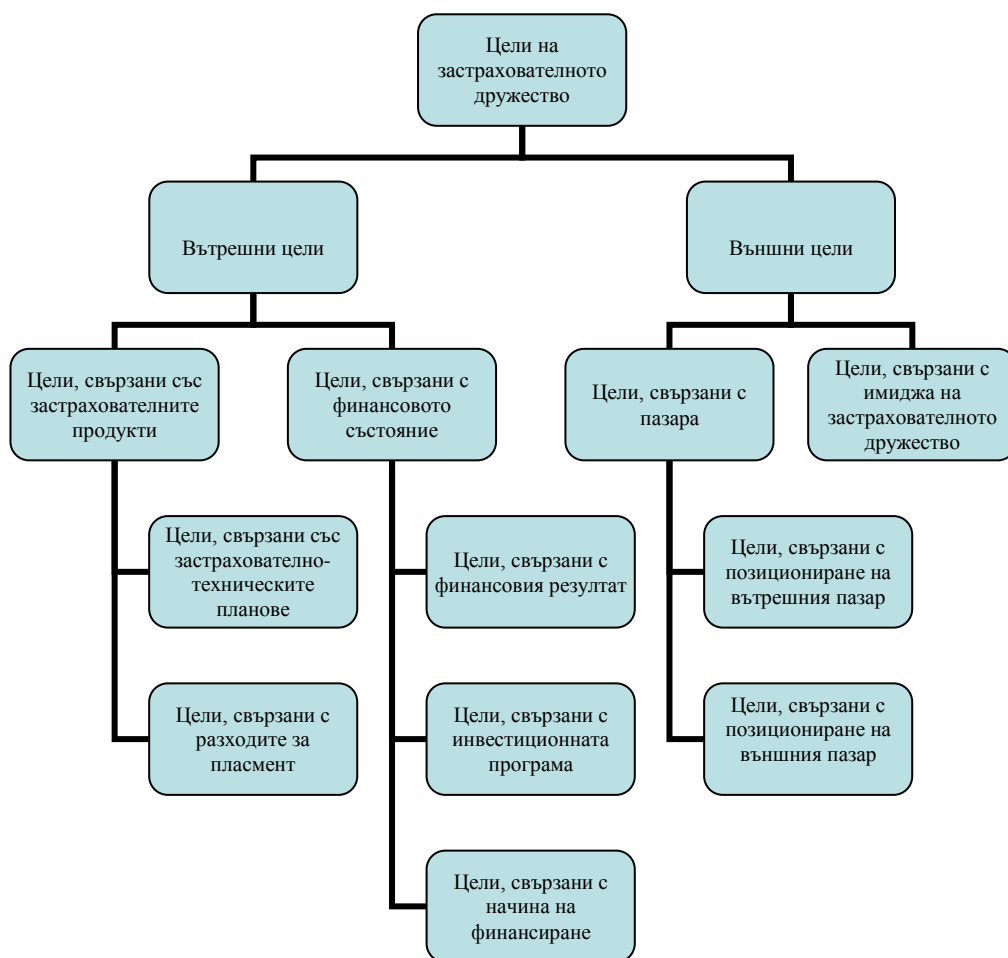
⁴ Това правило има своите изключения особено в сферата на застраховането. В застрахователната практика има случаи, при които дружества с пъти по-малък премиен приход реализират в пъти по-голям финансов резултат.

ходите от продажби. Следователно маржът на оперативната печалба също трябва да бъде елемент от информационната система, обслужваща контролинга във фирмата. Системата от показатели трябва да информира за динамиката на доходността на застрахователното дружество. Тя трябва да предоставя информация както за доходността на развиваната дейност като цяло, така и по отделни агенции, видове застрахователни продукти, включително ефекта от разширяването на техния пазарен дял. Невинаги разширяването на пазарния дял за конкретен вид застраховка е гаранция и за по-висок финансов резултат от нейната продажба. Следователно тук трябва да се държи сметка за цената на застрахователния продукт, както и за разходите, свързани със застрахователните плащания и пласмента на даден вид застраховка. Цената на застрахователния продукт трябва да бъде адекватна на поетия от застрахователя риск. В много случаи стремежът към увеличаване на пазарния дял на застрахователя е свързан с намаляване на цената на застрахователната услуга, което невинаги е обосновано. Намаляването на застрахователните плащания е свързано със селекцията на риска и има пряко отношение към рисковия мениджмънт на застрахователното дружество. Пласментните разходи, от друга страна, имат пряко отношение към комисионните възнаграждения, които застрахователят плаща за издръжката на своите агенти и агенции. По-високият дял на комисионни възнаграждения означава и по-малка премия в полза на застрахователното дружество, което оказва влияние върху техническия и крайния финансов резултат. Последната констатация има пряко отношение към мениджмънта на застрахователното дружество, поставените от него цели и стратегията, с която то излиза на застрахователния пазар. Важно място в случая има и изборът на застраховател като еталон, чиито ключови финансови показатели следва да залегнат като цел пред мениджмънта на застрахователното дружество. Това дава възможност за конкуриране както с дружества, които са аналогични на управляваното, така и с водещите застрахователи в бранша.

2. Формулиране на целите в контекста на информационната система, обслужваща контролинга

Съществува пряка връзка между поставените цели и информационната система във фирмата. На Фигура 2 са представени целите на застрахователното дружество в контекста на финансовия контролинг на фирмата (схемата е адаптирана по Shulte, С., 1996. р. 410).

Целите на застрахователното дружество не се различават от целите на фирмите, опериращи в другите сектори на икономиката. Те са



Фигура 2. Цели на застрахователното дружество в контекста на финансовия контролинг

свързани преди всичко с финансовия резултат, приходите от продажби и пласмента на застрахователни продукти, инвестициите и техниката на финансиране. Една от задачите на контролинга е предварителното формулиране на целите. Следователно всяка една от поставените цели, която може да се представи чрез финансови показатели, е възможно да бъде включена в информационна система, обслужваща контролинга във фирмата. В специализираната литература са представени редица информационни системи, в центъра на които стоят цели, свързани с финансовото състояние на фирмата. Следователно ключови за финансовия контролинг на фирмата са цели, свързани с финансовия резултат, инвестициите, рентабилността. Показателите, които дават финансов израз на целите,

се свързват най-вече с възвръщаемостта от инвестиция капитал и възвръщаемостта на собствения капитал или това са показатели за рентабилност (Shulte, С., 1996. pp. 411-415). Те обаче са пряк резултат от начина на управление на инвестициите, оперативната дейност на застрахователното дружество и постигнатия краен финансов резултат. Подобно твърдение се подкрепя и от други автори, които поставят като водещи цели на фирмата ръст, развитие и печалба (Дайле, А., 2001. с. 17). В случая целите ръст и развитие не следва да се разглеждат като идентични. Ръстът се свързва както с увеличението на приходите от продажби спрямо предходен период, така и с разширяване на пазарния дял на вече предлагани застрахователни продукти. Развитие предполога предлагането на нови застрахователни продукти, нови форми на пласмент и дистрибуция на застрахователната услуга, навлизането на нови пазари и др. Целите ръст, развитие и печалба трябва да бъдат балансирани. Увеличаването на приходите от продажби и на пазарния дял не трябва да бъде за сметка на печалбата. Практиката на застрахователните дружества, работещи в общото застраховане, изобилства от примери, в които една или друга компания с висок премиен приход реализира отрицателен финансов резултат за годината. Причините са от различно естество, но една от тях е стремежът за поддържане на конкурентни цени, които не са адекватни на поетия от застрахователя риск.

Както вече бе отбелязано по-горе, при формулиране на целите на фирмата се използват конкретни финансови показатели. В контекста на контролинга по-важните от тях са (Дайле, А., 2001. с. 22):

- ръст на приходите от продажби спрямо предходната година;
- увеличение на пазарния дял;
- определяне на целева рентабилност на инвестиция капитал (ROI);
- определяне на целева рентабилност на паричния поток.

По-долу в разработката се приема, че водещият показател за оценката на дейността на фирмата е възвръщаемостта на инвестиция капитал (ROI). За формулирането на тази цел се използва плановия бюджет (Таблица 1) за печалбата на ЗАД „Алианц България“ за 2018 година.

Възниква въпросът, как да се определи плановата величина на даден показател при формулиране на целите на застрахователното дружество. В практиката са известни различни варианти при разработването на плановите величини. Един от тях предполога разработването на прогноза на базата на данни от предходните години. Съществуват модели, които дават възможност за прогнозиране на бъдещото развитие на базата на съществуваща до момента информация. Тази информация може да бъде изведена от счетоводните отчети или на базата на вътрешната докумен

Таблица 1

Планов бюджет за печалбата на ЗАД „Алианц България“ за 2018 г.,
хил. лв.

I. Технически план	в хил. лв.
1. Спечелени премии, нето от презастраховане	140 000
2. Друг технически приход, нето от презастраховане	4000
3. Възникнали претенции, нето от презастраховане	-80000
4. Промени в други технически резерви, нето от презастраховане	-300
5. Бонуси, отстъпки, нето от презастраховане	-800
6. Нетни оперативни разходи	-50000
7. Други технически разходи, нето от презастраховане	-5000
Салдо по технически план	7 900
II. Нетехнически план	
1. Салдо по техническия план	7 900
2. Приходи от инвестиции	5000
3. Разходи за инвестиции	-1000
4. Други разходи	-300
Печалба	11600
Корпоративен данък	1160
Чиста печалба	10440

Собствени изчисления

тация на застрахователното дружество. Този подход дава възможността да се формира тренд и респективно прогноза. Друг вариант при разработването на прогнозата е да се заложи на средни за бранша стойности. Този вариант може да бъде неефективен, при условие че браншът не се развива добре като цяло. Алтернатива на този вариант представлява възможността за съпоставка спрямо най-добрите в бранша. При този вариант се приемат стойностите на конкурента като еталон при разработването на целите на застрахователното дружество. Независимо кой от вариантите ще бъде възприет, при разработването на целите следва да се отчетат факторите както на вътрешната, така и на околната среда на застрахователното дружество.

Плановият бюджет, посочен в Таблица 1, показва разпределение-

то на приходите и разходите на дружеството по основни пера.⁵ В плановия бюджет се залага на един висок финансов резултат, който, ако бъде постигнат – ще осигури на дружеството достатъчно средства за неговото бъдещо развитие. Източниците за формиране на високия финансов резултат са два. На първо място това е високият приход от застрахователна дейност. На второ място това е амбициозният инвестиционен план, който залага на сериозни приходи от инвестиции. Високият премиен приход обаче, дори и да бъде реализиран в рамките на годината, не е гаранция за постигане на целевата печалба на дружеството. Причината се корени във факта, че за разлика от фирмите от реалния сектор застрахователните дружества продават продукти, които носят определен риск. Следователно застрахователят никога не може да бъде сигурен какво ще бъде проявлението на риска в застрахованата съвкупност, респективно каква ще бъде величината на застрахователните плащания. Именно тук е ролята на контролинга, включващ фазите планиране, контрол и анализ. При констатиране на значителни отклонения спрямо планирания финансов резултат контролингът трябва да информира за причините за тези отклонения и да даде на мениджъра предложение за решение. При условие че целевата печалба не бъде постигната поради непредвидено нарастване на величина на изплатените застрахователни обезщетения, импулсът за решение трябва да се търси в рисковия мениджмънт. В случая внимание заслужават всички техники за управление на риска в застрахователното дружество, включително избягване на риска (чрез изключване на клаузи в застрахователния договор) и контрол на риска в застрахованата съвкупност.

Плановата величина на показателя „възвръщаемост на инвестирания капитал“ се получава, като се раздели величината на планираната оперативна печалба спрямо величината на капитала, който се очаква да бъде инвестиран през годината (Дайле, А., 2001. с. 24). Стойността на капитала, който дружеството се очаква да инвестира през годината, е на стойност 280 млн. лв.⁶ Оперативната печалба включва печалбата преди заплащането на лихви по получени заеми и данъци. По данни от счетоводния баланс за изминалата година дружеството няма получени банкови или облигационни заеми. Това дава основание да се предположи, че през плановата година то няма да има разходи, свързани със заплащане на лихви по получени заеми. При тези условия плановата величина на

⁵ Разработването на бюджета, включително определянето на стойността на инвестирания капитал и плановата величина на ROI е на базата на финансовите отчети, публикувани от ЗАД „Алианс България“ на страницата на КФН до м. септември 2017 г.

⁶ Включва плановата величина на всички инвестиции за 2018 г., включително в дълготрайни и краткотрайни активи.

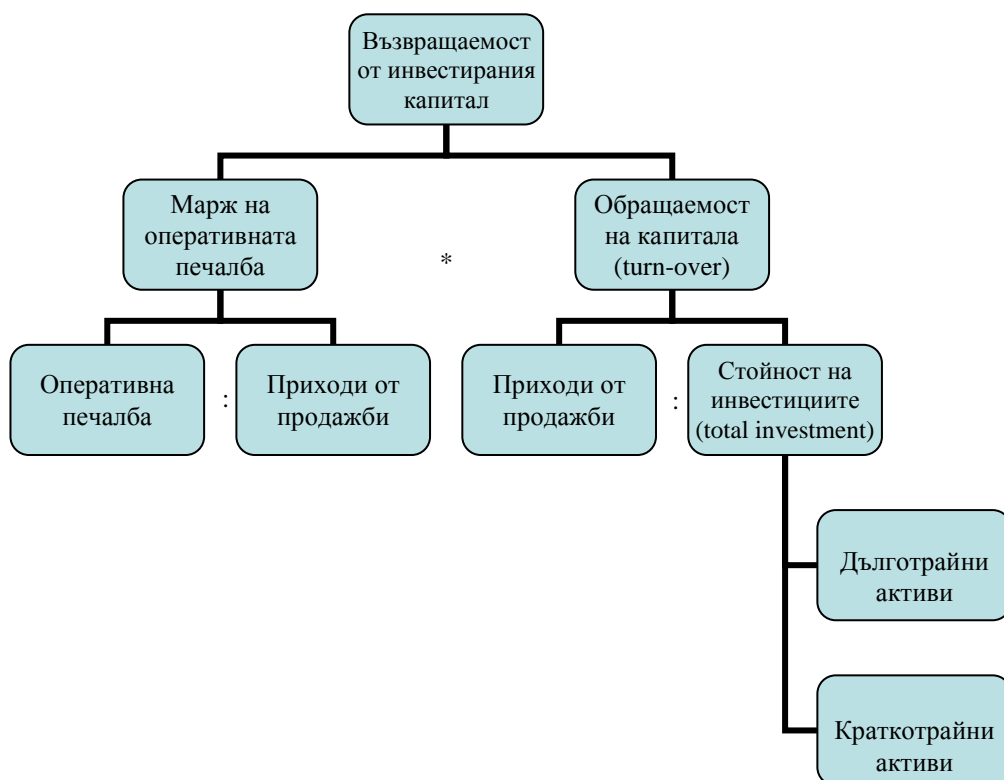
оперативната печалба на дружеството е на стойност 11,6 млн. лв. Стойността на показателя ROI за плановата година ще бъде 4,1%.

Залагането на целева стойност от 4,1% по отношение на анализирания показател означава, че мениджърите на дружеството очакват всеки 100 единици инвестиран капитал да им донесе приблизително 4 единици оперативна печалба. След заплащането на данъци от страна на дружеството в края на годината чистата печалба се очаква да бъде приблизително 10,5 млн. лв. Ако тя не бъде разпределена под формата на дивидент, тази печалба ще бъде обратно инвестирана в дружеството, осигурявайки му бъдещ растеж.

Разглежданата по-горе цел трябва да бъде адаптирана в контекста на информационната система на фирмата. Ролята на информационната система е да обслужва контролинга във фирмата. Тя трябва да предоставя информация за плановите показатели, използвани за формулиране на целите на застрахователното дружество, фактическите отклонения от тях и причините, които са породили тези отклонения. Информационната система във фирмата представлява система от показатели. Тези показатели следват определена логическа връзка. В специализираната литература се срещат различни варианти на информационната система. Един от тях е системата „Дю Понт“. Тази система намира широко приложение във финансовия анализ (Захариев, А. и др., 2016. с. 112-114). На Фигура 3 е представен вариант на системата „Дю Понт“ (схемата е по Shulte, С., 1996. р. 411).

По принцип информационната система има пирамидална структура. На върха на пирамидата стои определен показател, който се определя като водещ или цел. Този показател е обобщаващ за фирмата и предоставя информация за степента на рентабилност или възвръщаемост от инвестиция капитал. В основата на пирамидата стоят показатели, които в информационната система се определят като фактори. По този начин става възможно да се разкрият причините и определят факторите, които оказват влияние върху крайния обобщаващ показател.

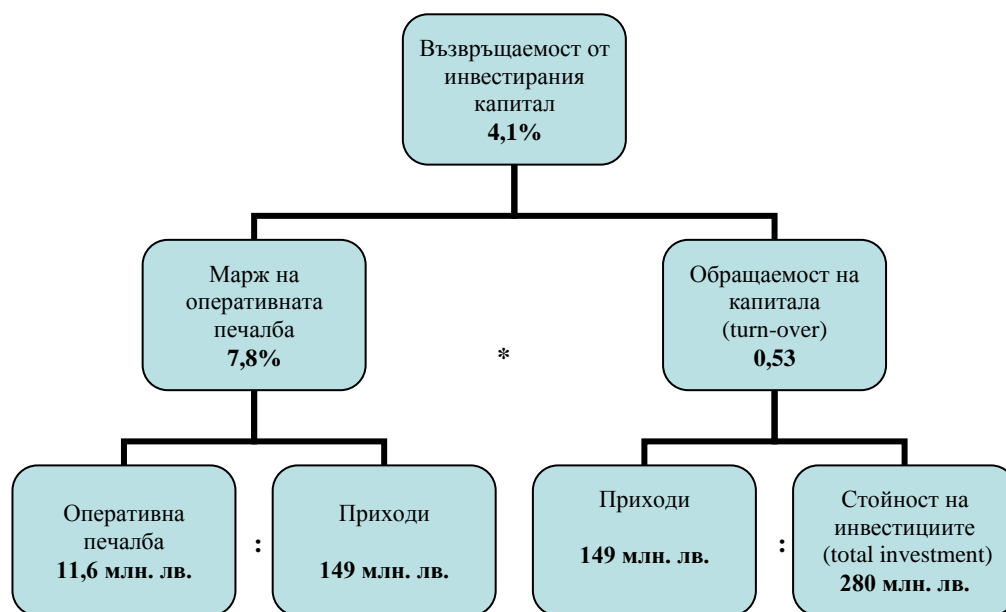
Системата „Дю Понт“ поставя като водещ показател възвръщаемостта от инвестиция капитал. По принцип информационната система анализира рентабилността на приходите от продажби, измерена чрез маржа на оперативната печалба и обобщаваемостта на капитала, представляващ отношение между приходите от продажби и стойността на инвестициите. Дейността на застрахователното дружество обаче е строго специфична. При формирането на финансовия резултат участват както приходите от продажби на застрахователни продукти (под формата на премиен приход), така и приходите от инвестиции. Следователно в глобален план по-правилно е да се изчислява рентабилността на застрахователното



Фигура 3. Система „Дю Понт“

дружество не на база генериран премиен приход, а на базата на приходите на застрахователното дружество като цяло. За целите на анализа отделно може да се изчисли рентабилността на приходите от продажби и доходността на инвестиционния портфейл. На Фигура 4 е представен вариант на системата „Дю Понт“, адаптиран за ЗД „Алианц България“. Системата е разработена на базата на бюджета за печалбата на дружеството за 2018 година.

Системата „Дю Понт“ показва две неща. Първо, дружеството има нисък оборот на капитала, което се дължи на относително високата стойност на инвестиция капитал. Второ, дружеството успява да компенсира относително ниския оборот на капитала с високия марж на оперативната печалба. Произведението между двете величини дава стойността на показателя „възвръщаемост от инвестиция капитал“. Той представлява числов израз на целта, която застрахователното дружество преследва.



Собствени изчисления⁷

Фигура 4. Система „Дю Понт“, адаптирана за ЗД „Алианс България“ – планови величини за 2018 година

* * *

В основата на финансовия контролинг стоят целите. Целите на застрахователното дружество се свързват с показателите за рентабилност, но те не се изчерпват с тях. Като цели могат да бъдат заложили още стремежът към увеличаване на пазарния дял и приходите от продажби на застрахователни продукти. Както бе отбелязано по-горе, следва да се търси баланс между поставените цели. За дружества, които са пазарно представени (търгувани на фондовата борса), водещата цел трябва да бъде увеличаването на пазарната стойност на собствения капитал. Проблемът в практиката на застрахователните дружества в България е, че към момента те не разглеждат капиталовия пазар като място за акумулиране на допълнителни капитали. Застрахователните компании не са привлечени от предимствата, които капиталовият пазар осигурява – прозрачност, публичност, улеснен достъп до капитал. Следователно целта „увеличаване на пазарната стойност на собствения капитал“ не може да бъде

⁷ Под приходи се разбират всички приходи на застрахователното дружество, включително спечелена премия, нето от презастраховане и приходи от инвестиции.

на дневен ред в контекста на финансовия контролинг на застрахователното дружество.

Освен формулирането на целите, ролята на финансовия контролинг е да констатира отклоненията от тях и анализира причините за тези отклонения. В застрахователното дружество следва да има лице, изпълняващо ролята на финансов контролор (за мястото на контролора във функционалната структура на предприятието вж. Дайле, А., 2001. с. 272-280). Това лице трябва да събира информация от всички дирекции и отдели на застрахователното дружество с цел изграждане на информационна система, която да обслужва финансовия контролинг. При констатиране на значителни отклонения от поставените от дружеството цели, ролята на финансовия контролор е да информира мениджърите на застрахователното дружество. Трябва да се отбележи, че финансовият контролор не притежава управленски функции. Неговата роля не е да решава, а да информира за проблемите в застрахователното дружество. Ролята на мениджърите е да вземат адекватни решения на поставения от финансовия контролор проблем.

Използвани източници

- Дайле, А. (2001). Практика контролинга. Москва: Финансы и статистика.
- Захариев, А. и др. (2016). Финансов анализ. В. Търново: ФАБЕР.
- Илиев, Б. (2010). Адаптивен мениджмънт в застраховането. В. Търново: ФАБЕР.
- Каменов, К. (1993). Контролингът и управлението по резултати във фирмата. Научна дискуссия контролинг. с. Орешак, 9-11 юни 1993 г.
- Комисия за финансов надзор. Статистика, <http://www.fsc.bg/bg/pazari/zastrahovatelyn-pazar/statistika/obshto-zastrahovane/> (10.01.2018).
- Орнелюк-Малицкая, Л. и др. (2009). Конкурентоспособност на застрахователните дружества в Русия и България в условията на интеграцията на застрахователните пазари. Академично издателство „Ценов“.
- Shulte, C. (1996). Lexicon des Controlling. R. Oldenbourg Verlag.

НАРОДНОСТОПАНСКИ АРХИВ

ГОДИНА LXXI, КНИГА 1 – 2018

СЪДЪРЖАНИЕ

Доц. д-р Людмил Кръстев

Практически аспекти на финансовия контролинг във фирмата / 3

Гл. ас. д-р Щерьо Ст. Ножаров

Транзакционни разходи при колективните системи за оползотворяване на отпадъците в ЕС / 19

Докторант Цветелин Тодоров Борисов

Някои аспекти от приложението на мобилните информационни технологии в туризма / 34

Докторант Александър Д. Александров

Бизнес цикълът и съвременните му характеристики / 44

Беатрис В. Любенова

Икономическото неравенство в България в 21 век / 58

Доц. д-р Величко Петров

Статистиката като наука и практика – традиции и съвременни измерения / 72

Този брой се издава с финансовата подкрепа на Фонд „Научни изследвания” към МОН по одобрен проект на Редакционния съвет с № НП 04/68 по конкурс „Българска научна периодика – 2016”.

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ:

Проф. д-р Андрей Захариев – главен редактор
Проф. д-р Георги Иванов – зам. главен редактор
Проф. д-р Йордан Василев
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Стоян Проданов
Доц. д-р Пламен Йорданов
Доц. д-р Румен Лазаров
Доц. д-р Венцислав Василев
Доц. д-р Анатолий Асенов
Доц. д-р Пресияна Ненкова

МЕЖДУНАРОДЕН СЪВЕТ:

Проф. д-р ик.н. Михаил А. Ескиндаров – Ректор на Финансовия университет при Правителството на Руската федерация – федерална държавна образователна институция за професионално образование, Доктор Хонорис Кауза на СА „Д. А. Ценов” – Свищов
Проф. Лестър Лойд-Ризън – Директор на Центъра по международен бизнес към Международното бизнес училище Ашкрофт, Кембридж, Великобритания
Проф. Кен О’Нийл – Ръководител на катедра по предприемачество и развитие на малкия бизнес към Департамента по маркетинг, предприемачество и стратегии на Университет Ълстер, Северна Ирландия
Проф. Ричард Торп – Бизнес школа на Университета Лийдс, професор по развитие на управлението, зам.-директор на Киурт институт, Лийдс, Великобритания
Проф. д-р ик.н. Андрей Крисоватий – Тернополски национален икономически университет, Доктор Хонорис Кауза на СА „Д. А. Ценов” – Свищов
Проф. д-р ик.н. Григоре Белостечник – Ректор на Молдовската академия за икономически изследвания, Доктор Хонорис Кауза на СА „Д. А. Ценов” – Свищов
Проф. д-р ик.н. Йон Кукуй – Президент на Сената на Университета Валахия – гр. Търговище, Румъния, Доктор Хонорис Кауза на СА „Д. А. Ценов” – Свищов
Проф. д-р ик.н. Михаил Ив. Зверяков – Ректор на Одеския държавен икономически университет, Доктор Хонорис Кауза на СА „Д. А. Ценов” – Свищов
Проф. д-р ик.н. Олена Непочатенко – Ректор на Умански национален аграрен университет (Украйна)
Проф. д-р ик.н. Дмитрий Лукьяненко – Първи зам.-ректор по научно-педагогическа и научна работа, Киевски национален икономически университет „Вадим Гетман” (Украйна)

Екип за техническо обслужване:

Анка Танева – стилев редактор
Ст. преп. Елка Узунова – координатор и ръководител на екипа
Ст. преп. Даниела Стоилова – превод на английски език
Ст. преп. Румяна Денева – превод на английски език
Ст. преп. Маргарита Михайлова – превод на английски език
Ст. преп. Иванка Борисова – превод на английски език
Ст. преп. Венцислав Диков – стилев редактор на английски език

Адрес на редакцията:

5250 Свищов, ул. „Ем. Чакъров” 2

Проф. д-р Андрей Захариев – главен редактор

☎ (+359) 889 882 298

Деяна Веселинова – технически секретар

☎ (+359) 631 66 309, e-mail: nsarhiv@uni-svishtov.bg

Албена Александрова – компютърен дизайн на българския език на списанието

Благовеста Борисова – компютърен дизайн на английския език на списанието

☎ (+359) 882 552 516, e-mail: a.aleksandrova@uni-svishtov.bg, b.borisova@uni-svishtov.bg

© Академично издателство „Ценов” – Свищов

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов” – Свищов

ISSN 0323-9004

НародноСТОПАНСКИ архив

Свищов, година LXXI, книга 1 - 2018

**Практически аспекти на финансовия
контролинг във фирмата**

**Транзакционни разходи при колективните
системи за оползотворяване на отпадъците
в ЕС**

**Някои аспекти от приложението на мобилните
информационни технологии в туризма**

**Бизнес цикълът и съвременните му
характеристики**

**Икономическото неравенство в България
в 21 век**

**Статистиката като наука и практика –
традиции и съвременни измерения**

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“



СВИЩОВ

Изисквания при депозиране на статии за сп. „Народностопански архив”

1. Обем: статии от 12 до 25 страници

2. Депозиране на материалите: на хартиен носител и в електронен вид като приложен файл на E-mail: NSArhiv@uni-svishtov.bg

3. Технически изисквания:

- изпълнение Word 2003 (минимум);
- размер на страницата – А4, 29-31 реда и 60-65 знака на ред;
- разстояние между редовете 1,5 lines (At least 22 pt);
- шрифт – Times New Roman 14 pt;
- полета – Top - 2.54 cm; Bottom - 2.54 cm; Left - 3.17 cm; Right - 3.17 cm;
- номерация на страницата – долу вдясно;
- текст под линия – размер 10 pt;
- графики и фигури – Word 2003 или Power Point.

4. Оформление:

- наименование на статията, име на автора, академична длъжност, научна степен – шрифт Times New Roman, 14 pt, с големи букви Bold – центрирано;

- наименование и адрес на местоработата; телефони за контакти и E-mail;

- резюме на български език в обем до 15 реда; ключови думи – от 3 до 5;

- **JEL** класификация на публикациите с икономически характер (<http://ideas.repec.org/j/index.html>);

- основен текст (изложение);

- таблиците, графиките и фигурите се вграждат софтуерно в текста (да позволяват езикова корекция и превод на английски). Цифрите и текстът вътре в тях се изписват с шрифт Times New Roman 12 pt;

- формулите се създават с Equation Editor.

5. Правила за цитиране: от 01.01.2017 г. в периодичните издания на СА „Д. А. Ценов” – Свищов за библиографско цитиране на информационни източници ще се използва **APA Style**. Неговите изисквания са поместени тук: <http://www.uni-svishtov.bg/default.asp?page=page&id=71> и тук: <http://www.apastyle.org/>.

Всеки автор носи отговорност за отстояваните идеи, съдържанието и техническото оформление на своя текст.

6. Ръкописите на нехабилитирани преподаватели се придружават от препис на протокол от катедрата, обсъдила и предложила научната разработка за публикуване.

От 1 януари 2017 г. заглавието на списанието на английски език е „Economic Archive”, като заменя транслитерираното наименование “Narodnostopanski archiv”, използвано до края на издателската 2016 г.

Авторите на публикуваните материали на страниците на списание „Народностопански архив” носят отговорност за тяхната автентичност.

От Редакционния съвет

www.uni-svishtov.bg/NSArhiv