

# РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ – КОНЦЕПЦИЯ И ПРИЛОЖЕНИЕ В СЪВРЕМЕННИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ ПО СЧЕТОВОДСТВО

Гл. ас. д-р Илиян Христов  
Ас. Любомира Димитрова

**Резюме:** Настоящата статия представя част от наличния арсенал на разработените количествени и качествени подходи за оценка на текстовата разбираемост (четивност), съществуващи в западната литература. Специално внимание е отделено на тяхната практико-приложна функция в емпиричните изследвания, свързани със счетоводството. Представен е идейно нов комплексен подход, чиито резултати ще доведат до по-точно метрифициране на четивността на оповестяванията на предприятията.

**Ключови думи:** оценка на текстова разбираемост (четивност), количествени и качествени подходи, оповестявания.

**JEL:** M49.

Текстът е основна единица за общуване, при която езикът се реализира като средство за комуникация. В комуникативния акт текстът е посредник между участниците в речевото общуване, целящ да постигне определено въздействие върху лицата, до които е адресиран. Условие за успешност на това общуване е лекотата на неговото разбиране. Тези разсъждения, приложени към контекста на публичните оповестявания, определят съществената роля на писмения материал, участващ в комуникацията между предприятията и заинтере-

сованите лица. Целта е, последните да получат адекватна информация, касаеща финансовото състояние, резултатите от дейността и перспективите за развитие на предприятието. Следователно тези важни данни е необходимо да бъдат представени точно, ясно, конкретно, със смислова и езикова обвързаност, информативност, цялостност и завършеност. Всички тези характеристики допринасят за лесното разбиране на писмената информация от лицата, за които е предназначена.

Целта на настоящата статия е да се представи наличният арсенал от разработените количествени и качествени подходи за оценяване на разбираемостта (четивността) на текстовете. Поставената цел изисква да се изследват и анализират съществуващите научни проучвания, свързани с метрифицирането на четивността на писмените текстове в западната литература, както и тяхното практическо прилагане в изследванията, свързани със счетоводството. Последните ще бъдат подложени на критичен анализ, като се изведат преимуществата и ограниченията, възникващи по отношението на тяхното прилагане.

Мотивите за написване на настоящата статия са повлияни от липсата на теоретични, методологически и емпирични изследвания по темата в специализираната българска научна литература<sup>1</sup>. Ограничеността на обема на разработката налага да бъдат разгледани най-важните проучвания по темата, които съществуват в западната литература.

#### ***Концепция за текстовата четивност***

Информационните потребности на заинтересованите потребители непрекъснато нарастват, но някои от тях (напр. външните потребители – акционери, доставчици, клиенти, заемодатели и др.) разполагат с ограничен достъп до информация, свързана с дейността на предприятието. Основен информационен източник за тези лица са именно финансовите отчети, които им предоставят необходимата информация за постигнатите от предприятието резултати (рентабил-

---

<sup>1</sup> Това е причината, обуславяща използването и позоваването основно на чуждестранни научни изследвания и разработки в настоящата статия.

## РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ ...

---

ност), неговото имуществено и финансово състояние, както и оценка на способността на ръководителите да използват ефективно ресурсите му за постигане на предварително поставените цели<sup>2</sup>. Във връзка с това изключително значение има общоприемливата рамка от принципи и правила, свързани с изготвяне на отчетите и представянето в тях на адекватна, пълна и своевременна информация, която да подпомогне заинтересованите лица при вземане на икономически решения.

Едно от общите изисквания към финансовите отчети, регламентирано с чл. 23 от влезлия в сила от 01.01.2016 г. Закон за счетоводството,<sup>3</sup> е за **вярно и честно представяне** на имущественото и финансовото състояние, финансовите резултати от дейността на предприятието, паричните потоци и собствения капитал, както и **ясно и разбираемо съдържание на финансовите отчети**. Допълнителни изисквания относно качествените характеристики на оповестяваната счетоводна информация се съдържат и в двете приложими счетоводни бази – Националните и Международните счетоводни стандарти. Съгласно изискванията на Национални счетоводни стандарти – Общи разпоредби<sup>4</sup>, „информацията, представена във финансовите отчети, трябва да е разбираема, уместна, надеждна и сравнима“<sup>5</sup>. Разбираемостта на информацията от финансовите отчети е обвързана, от една страна, с начина на нейното представяне (ясно и достъпно), а от друга – с познанията и подготвеността на потребителите, което има немаловажно значение. За да бъде разбираема, е достатъчно, информацията от финансовите отчети на предприятието да подпомага лица с приемливо, средно ниво на подготвеност в областта на икономиката и финансовата отчетност при вземането на икономически решения. Предполага се, че тези познания биха позволили на заинтересованите

---

<sup>2</sup> Филипова, Ф. Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация. ИУ – Варна, изд. „Наука и икономика“, 2012.

<sup>3</sup> Обн. ДВ, бр. 95 от 8.12.2015 г.

<sup>4</sup> Обн. ДВ, бр. 30 от 7 април 2005 г., изм. ДВ, бр. 86 от 26 октомври 2007 г., изм. ДВ, бр. 3 от 12 януари 2016 г.

<sup>5</sup> Във връзка с разглежданата тема на разработката, ще спрем вниманието си единствено на качествената характеристика „разбираемост“ на информацията от финансовите отчети на предприятията.

потребители да разчетат, разберат и интерпретират адекватно и правилно оповестената от предприятието информация.

Другата прилагана счетоводна база от предприятията в страната – Международните счетоводни стандарти, също съдържат изисквания по отношение на качествените характеристики на оповестяваната от предприятията информация и вчастност – разбираемостта. Концептуалната рамка за финансово отчитане към МСС/МСФО, действащи към настоящия момент, класифицира тези качествени характеристики в две групи – фундаментални и подобряващи полезността на информацията. Разбираемостта на информацията е дефинирана като подобряваща качествена характеристика, чиято функция е да допълва фундаменталните характеристики, чрез подпомагане при избора на подход за представяне на конкретна сделка, събитие или статия, които биха могли еднакво достоверно и уместно да се представят по различни начини<sup>6</sup>. Разпоредбите на концептуалната рамка на МСС също наблягат на разбирането, че за да е разбираема, информацията във финансовия отчет следва да бъде ясно и точно представена, както и да подпомага потребители с икономически и счетоводни познания, които анализират информацията с необходимото усърдие.

Понятието „четивност“ е един от най-важните фактори, дефиниращи някои текстове като по-лесни за четене спрямо други и определящи ефикасността на писмения материал. Четивността е лекотата, с която ние четем и разбираме конкретен текст. В българския тълковен речник<sup>7</sup> думата „четивност“ е определена като качество на текст, който се чете лесно и увлекателно. Често тя се отъждествява погрешно с понятието „четливост“, което има различно смислово значение и се отнася само до външния вид и оформлението на текста.

G. Klare<sup>8</sup> дефинира четивността като „лекотата на разбиране или схващане, вследствие на използвания стил на писане“. Авторът акцентира върху стила на писане, представен като отделен елемент

---

<sup>6</sup> Петрова, Р. Представянето във финансовите отчети като средство за манипулиране възприемането на счетоводната информация. // Бизнес управление, 2016, №1, с. 19

<sup>7</sup> <http://www.t-rechnik.info>

<sup>8</sup> Klare, G. The measurement of readability. // Ames, Iowa: Iowa State University Press, 1963.

## РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ ...

---

от съдържанието, съгласуваността и организацията на текста. По подобен начин G. Hargis<sup>9</sup> посочва, че четивността е атрибут на яснотата, измерена чрез „лесни за четене думи и изречения“. G. McLaughlin<sup>10</sup> я дефинира като „степеня, в която дадена категория хора намират дадено четиво за завладяващо и разбираемо“. В това определение се подчертава взаимодействието между текста и субективността на читателите, притежаващи определени характеристики, като умение за четене, познания и мотивация.

Други двама автори – E. Dale и J. Chall<sup>11</sup>, дават изключително точно определение, според което четивността е „общата сума (включително и всички взаимодействия, които възникват) на всички елементи в рамката на дадената част от печатния материал, влияещи върху степента на успеха на читателите с него. Успехът е степента, до която те разбират текста, прочитат го с интерес и лекота.“

Целта на първите изследвания за четивността е да разработят практическа методология, която да съчетае материалите за четене с възможностите на отделните субективни различия на индивидите. Тези усилия се насочват към създаването на математически формули. Началото на изследванията, посветени на темата, поставя английският професор по литература L. Sherman<sup>12</sup> през 1880 г. Той открива, че *с помощта на кратки изречения и точни изрази може да се увеличи общата четивност на даден текст*. Авторът отбелязва, че писмената информация може да бъде обект на статистически анализ, като разкрива ключовото значение, което има средната дължина на изречението.

---

<sup>9</sup> Hargis, G., Hernandez, A., Hughes, P., Ramaker, J., Rouiller, S., Wilde, E. Developing quality technical information: A handbook for writers and editors. // Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1998.

<sup>10</sup> McLaughlin, G. SMOG grading - a new readability formula. // Journal of reading 22, 1969, p. 639-646.

<sup>11</sup> Вж. Edgar, D., Chall, J. A Formula for Predicting Readability. // S&BS, Number 31, august 2, 1982, p. 18.

<sup>12</sup> Вж. Sherman, A. Analytics of literature: A manual for the objective study of English prose and poetry.// Boston: Ginn & Co, 1893. Available online at: <https://archive.org/stream/analyticsofliter00sherooft#page/x/mode/2up> [Accessed 24 Jan..2016 ]

През 1920 г. една основна тенденция стимулира развитието на изследванията, свързани с четивността, а именно – нарастващото използване на научни инструменти за изучаване и измерване на образователните проблеми. През 1921 г. Е. Thorndike<sup>13</sup> публикува книга, в която описва най-често употребявани 10 000 думи от речника на човек. Авторът заключава, че най-често използваните думи, са най-лесните думи и тяхната употреба е несъзнателна от индивида. Thorndike установява, че колкото по-често се използва една и съща дума в текста, толкова писменият материал е по-познат и по-лесен за четене.

След Thorndike, К. Zipf<sup>14</sup> използва статистически анализ на езика, за да покаже, че принципът на най-малкото усилие управлява човешката реч. Авторът открива, че е налице математическа връзка между сложните и лесни думи, която е известна под името „кривата на Zipf“. Схващането за най-малкото усилие се превръща в основна функция на езика и е една от основните бази, свързани с изследване на честотата на използваните думи.

Въпреки това основната грижа на изследователи, учители, преподаватели, писатели и журналисти се насочва към проблема за липсата на обобщен метод за измерване на текстовата четивност. В резултат на това са били проведени серия от проучвания в областта на четивността, а именно: Е. Dale и R. Tyler (1934), В. Leary и W. Gray (1935), R. Flesch (1946, 1949, 1964), Е. Dale и J. Chall (1948), R. Gunning (1952), W. Taylor (1953), G. Klare (1963, 1975, 1980), G. McLaughlin (1968), Е. Fry (1963, 1977) и много други. Разработените от изследователите техники доказват, че те са изключително полезни на тези групи от хора, които са наистина загрижени за разбираемостта на създадените от тях текстове.

---

<sup>13</sup> Вж. **Thorndike**, Е. The teacher's word book. //New York: Bureau of Publications, Teachers College, Columbia University, 1921. Available online at: <https://archive.org/stream/teacherswordbook00thoruoft#page/n5/mode/2up> [Accessed 24 Jan..2016]

<sup>14</sup> Вж. **Zipf**, G. Human behavior and the principle of least effort: An introduction to human ecology.// New York: Addison-Wesley, 1949.

### **Подходи за оценка на текстовата четивност**

Най-ранните подходи за оценка на текстовата четивност са количествените подходи, изразени чрез математически формули. Основният процес в тази оценка включва преброяване на комбинациите от срички, думи, изречения и параграфи, за да се оцени трудността на използваното езиково ниво<sup>15</sup>. Количественият подход допринася за изследване на текстовата специфика, като отчита характерната особеност на текстовете променливи, като дължина на думата, дължина на изречение, брой срички и др. и дава стойностна оценка след прилагането на математическа формула. Тази цифрова стойност метрифицира разбираемостта на даден текст.

Психологът Н. Kitson<sup>16</sup> публикува през 1921 г. книга „Съзнанието на купувачите“, в която разкрива причините, поради които читателите на различни списания и вестници се различават един от друг. Той открива, че дължината на изреченията, измерени в думи, и думите, измерени в срички, са важни мерки за четивността. Kitson не създава формула, но показва как тези две променливи работят, приложени в контекста на анализа. Близко тридесет години по-късно тази констатация се използва от R. Flesch<sup>17</sup> в разработената от него формула, наречена Reading Ease.

През 1935 г. W. Gray и B. Leary<sup>18</sup> публикуват изключителна разработка със заглавие „Какво прави една книга четима“. Авторите идентифицират 228 елемента, които влияят върху разпознаваемостта на текста, като ги групират в четири групи по важност: 1) съдържание; 2)

---

<sup>15</sup> Вж. **Woods**, B., Moscardo, G., Greenwood, T. A critical review of readability and comprehensibility tests.// The Journal of Tourism Studies. 9(2), 1998, p. 49-61. Available online at:

[https://www.jcu.edu.au/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0003/122097/jcudev\\_012662.pdf](https://www.jcu.edu.au/__data/assets/pdf_file/0003/122097/jcudev_012662.pdf)  
[Accessed 24 Jan.2016]

<sup>16</sup> Вж. **Kitson**, H. The mind of the buyer. New York: Macmillan. 1921. Available online at: <https://archive.org/details/mindbuyerapsych00kitsgoog> [Accessed 24 Jan.2016]

<sup>17</sup> Вж. **Flesch**, R. The art of readable writing. New York: Harper, 1949.

<sup>18</sup> Вж. **Gray**, W., Leary, B. What makes a book readable. Chicago: Chicago University Press, 1935. Available online at:[https://archive.org/stream/whatmakesabookre028092mbp/whatmakesabookre028092mbp\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/whatmakesabookre028092mbp/whatmakesabookre028092mbp_djvu.txt) [Accessed 24 Jan.2016]

стил; 3) оформление; и 4) организационни характеристики на текста. Те установяват, че само стилът може да бъде измерен статистически. Макар и да не пренебрегват останалите три категории, авторите се концентрират върху 80 променливи, отчитащи стила на текста, 64 от които могат достоверно да бъдат метрифицирани. В резултат на това Gray и Leary използват пет компонента за създаване на формула. Авторите установяват, че две основни променливи са изключително полезни за оценка на четивността – семантиката (значението на думите) като мярка за трудността на лексиката, и синтаксиса (структура на изречението) като преценка за средната дължина на изреченията.

През 1948 г. E. Dale, съвместно с J. Chall, разработва формула, наречена Dale-Chall<sup>19</sup>, предназначена да измерва четивността на текстовете за деца и възрастни. За разлика от повечето други съвременни формули Dale-Chall използва списък от 3 000 лесни думи, 80% от които са известни на читателите, завършили четвърти клас. За прилагането на тази формула се налага преброяване на трудните думи, т.е. тези, които са извън разработения списък, както и пресмятане на средната дължина на изреченията, измерени в брой думи. Формулата има следния вид:

$$Score = 0.1579 \times PWD + 0.0496 \times ASL + 3.6365,$$

където: *Score* – клас на четене на читателя; *PWD* – процент на трудните думи; и *ASL* – средна дължина на изреченията.

Като един от най-ранните статистически модели за оценка, верификацията на тази формула е потвърдена през годините от множество изследователи, които, прилагайки я, отчитат високи коефициенти на корелация.

През 1948 г. R. Flesch<sup>20</sup> публикува оценъчен модел, който се превръща в една от най-известните математически формули в историята на проучванията за четивността. В него участват три променливи – брой на изреченията, брой на думите и брой на сричките в текста. Формулата комбинира средния брой на думите в изреченията и средния брой на сричките в думите. Полученият резултат дава информация за приблизителното ниво на образование, необходимо за

---

<sup>19</sup> Вж. Edgar, D., Chall, J. Цит. съч.

<sup>20</sup> Вж. Flesch, R. Цит. съч.



## РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ ...

---

лесно четене на анализиран текст, представено като цифрова оценка, известна като Reading Ease. Скалата на точките започва от 0 и достига до 100, като диапазонът между 60-70 се приема за стандарт за съвършена оценка на разбираем текст.

Формулата Flesch Reading Ease изглежда по следния начин:

$$Score = 206.835 - (1.015 \times ASL) - (84.6 \times ASW),$$

където: *Score* – оценка от 0 (труден) до 100 (лесен); *ASL* – средна дължина на изречение в думи; и *ASW* – среден брой на сричките в думите.

През 1975 г. формулата Reading Ease се преизчислява до получаване на точкова категория за четивността. Новата метрика се нарича Flesch-Kincaid Grade-Level и води до числен резултат, известен като Flesch-Kincaid Reading Grade Level.

Една от най-лесните за приложение формули за оценка на текстовата четивност е индексът Fog, разработен от R. Gunning<sup>21</sup> през 1952 г. Формулата използва променливи като средния брой на думите в изреченията и на процента думи, съдържащи три и повече срички.

$$Fog = (\text{Среден брой на думите в изречение} + \text{Процент на думи с три и повече срички}) \times 0.4$$

Стойностите на индекса, според стандартите на тълкуване, са както следва:  $Fog \geq 18$  – текстът е нечетим; 14-18 – текстът е труден за четене; 12-14 – приемлив текст; 10-12 – лесен текст; и 8-10 – текст с изключителна леснота.

Публикуването на формулите на Flesch, Dale-Chall и Gunning бележат края на първия период от измерването на четивността. Авторите им поднасят на обществено внимание проблема, свързан с оценката на разбираемостта на текстовете. Всичко това довежда до нови дискусии, свързани не само с въпроса, как да се подобрят съществуващите формули, но и с откриване на нови подходи за определяне на други фактори, влияещи върху четивността.

---

<sup>21</sup> Вж. **Gunning**, R. The technique of clear writing.// New York: McGraw-Hill, 1952.

Освен представените дотук формули за оценка на четивността, в теорията и практиката са налице голям арсенал от количествени подходи, намиращи приложение в различни области на проучванията по темата. Към 1980 г. са налице над 200 формули и хиляди публикувани изследвания, свързани с фактора четивност.<sup>22</sup> Въпреки множеството проучвания, доказващи теоретична и статистическа валидност на количествените подходи, те са били обект на ожесточени критични дискусии. В резултат на това се заражда идеята за качествен анализ на четивността. Много изследователи смятат, че самото измерване на четимостта на текстовите характеристики не може да определи яснотата на съответния текст. Нещо повече, те акцентират върху субективни фактори, които определят нивото на четимост на писмения материал като познания на читателя, личния интерес, цел на четене и др.

Заражда се нов период на изследванията за четивността, характеризиращ се с обединяване на постиженията по темата и по-задълбочено проучване, като се заговаря и за качествена оценка на текстовете. Един от първите опити в тази насока е направен от W. Taylor<sup>23</sup> през 1953 г. чрез подхода наречен „Cloze procedure“. Авторът смята, че думите не са най-добрата мярка за трудността на текста, а по-скоро как те се отнасят една към друга. Той предлага да се използват тестове със заличени (изтрети) думи, където е необходимо, читателите да попълнят липсващите от тях и да покажат своите способности за разбиране на съответния текст.

Подходът „Cloze“ отчита нивото на индивидуални (субективни) способности за четене, лексикалното ниво и подготвеността в тематичната област на конкретния субект, езиковите умения и общото равнище на разбиране. Той бързо набира популярност като изследователски инструмент и се превръща в обект на интензивни проучвания, с приблизително над 1000 публикации.

---

<sup>22</sup> Вж. **DuBay**, W. The Principles of Readability. 2004. Available online at: <http://www.impact-information.com/impactinfo/readability02.pdf> [Accessed 24 Jan.2016]

<sup>23</sup> Вж. **Taylor**, W. Cloze procedure: A new tool for measuring readability.// Journalism quarterly, Vol. 30, 1953, p. 415-433.

## РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ ...

---

При качествения подход се акцентира върху личностите качества на читателя, неговата способност за четене, предишни знания, интерес и мотивация. През 1980 г., в резултат на въздействието на когнитивната психология и лингвистика, започват да се изследват структурните фактори в текста и тяхното влияние върху предсказването на четивността. Засилва се интересът към качествената (субективна) оценка на четивността, като се смята, че тя не може да бъде измерена чрез формули.

Множество изследователи признават емпирично доказаните качества на формулите, измерващи четивността. Количествените подходи се превръщат в едни от основните инструменти на всяко изследване, явяващи се обективно, а не субективно средство за отчитане трудността на писмения материал. От друга страна, изследователите, критикуващи използването на формулите, често се обосновават с липса на точност на получените резултати от тяхното прилагане. Някои дори стигат до крайности, като заявяват, че тези несъответствия ги лишават от тяхната полезност<sup>24</sup>. Това, което много от критиците пропускат, са именно статистическите потвърждения (показатели за корелация) на количествените подходи, присъстващи убедително в емпиричните изследвания.

Необходимо е да се подчертае, че важна причина за несъответствията са и използваните различни променливи, които са включени във формулите за четивност. Последните участват с различната тежест в отделните количествени подходи, като по този начин отчитат специфични страни в анализирания текстове. Съвсем логично е и резултатите да се различават в зависимост от използваната различна математическа формула за оценка на текстова четивност. В заключение е необходимо да обобщим, че формулите не са абсолютно идеални предвестници на разбираемостта на писмения материал. Те по-скоро осигуряват вероятностни твърдения или оценяват приблизително трудността на даден текст.

---

<sup>24</sup> Вж. **Kern**, R. Usefulness of readability formulas for achieving Army readability objectives: Research and state-of-the-art applied to the Army's problem.// Fort Benjamin Harrison, ID: Technical Advisory Service, U.S. Army Research Institute, 1979.

**Емпирични изследвания, свързани с четивността на оповестяванията в счетоводството**

Съществуващите емпирични изследвания, свързани с четивността на текстовете в счетоводството, се фокусират върху различни части от финансовите отчети на предприятията. Настоящото изложение ще акцентира върху осъществените проучвания в областта на текстовата четивност на оповестяванията и ще изведе факторите, оказващи влияние върху нейната разбираемост.

В Таблица 1 от Приложение №1 са представени публикации на автори, изследващи четивността на публичната информация, оповестена от предприятията, като някои от тях търсят връзка между разбираемостта на текста и различните показатели, отчитащи постигнатите резултати на дружествата.

В западната литература съществуват малко на брой изследвания, опитващи се да метрифицират четимостта на оповестяванията на предприятията. Този факт е изненадващ, предвид значението на публичната информация за инвеститори, регулаторни органи и всички останали заинтересовани лица. Емпиричните доказателства на представените проучвания в тази област са твърде оскъдни, но всички те свидетелстват за трудно разбираеми оповестявания (S. Pashalian и W. Crissy<sup>25</sup>; M. Still<sup>26</sup>; F. Soper и R. Doplhin<sup>27</sup>; A. Barnett и K. Leofflet<sup>28</sup>) и тенденция за подобряване на тяхната четивност и лекота при възприемането им от читателя (F. Soper и R. Doplhin<sup>29</sup>; A. Barnett и K. Leofflet<sup>30</sup>).

Други изследвания се основават на предположението, че управляващите са мотивирани да представят твърде користо резултатите от дейността на предприятията (хипотеза за обфускация). Управляващите искат да скрият лошите новини, свързани с дейността на

---

<sup>25</sup> Вж. **Pashalian**, S., Crissy, W. How readable are corporate annual reports?. // Journal of Applied Psychology, Vol 34(4), Aug 1950, p. 244-248.

<sup>26</sup> Вж. **Still**, M. The Readability of Chairman's Statements. // Accounting and Business Research, Vol. 3, Issue 9, Winter 1972, p. 36-39.

<sup>27</sup> Вж. **Soper**, F., Dolohin, R. Readability and Corporate Annual Reports. // The Accounting Review, April 1964, pp. 358-362.

<sup>28</sup> Вж. **Barnett**, A., Leoffler, K. Readability of accounting and auditing messages. // Journal of Business Communication 16, 1979, p. 49-59.

<sup>29</sup> Вж. **Soper**, F., Dolohin, R. Цит. съч.

<sup>30</sup> Вж. **Barnett**, A., Leoffler, K. Цит. съч.

## РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ ...

---

дружеството, като те представят неясно, объркано и пестеливо своите неуспехи, и акцентират върху успешните постижения през периодите. До това заключение достигат авторите А. Adelberg<sup>31</sup>; М. Jones<sup>32</sup>; Н. Barker и D. Kare<sup>33</sup>; М. Smith и R. Taffler<sup>34</sup>; R. Subramanian, R. Insley и R. Blackwell<sup>35</sup>; F. Li<sup>36</sup>. Трудните за четене отчети са свързани с постигнатите лоши финансови резултати, и обратното. Тази връзка между неясните и трудни за четене текстове и лошите резултати на предприятията валидизира хипотезата за обфускация. Нещо повече – предприятия с добри резултати имат постоянен стил на писане в годишните отчети, който се характеризира с липсата на жаргонни думи и сложни определения. Обратно на това, дружествата с лоши резултати представят трудни за четени отчети, с което загубват доверието и увереността на своите инвеститори. Изследователят F. Li заключава, че „лошите новини по своята същност се представят по-трудно и изискват използването на по-сложен език“<sup>37</sup>.

В българската специализирана литература също се поддържа тезата, че ръководителите на предприятията манипулират информацията във финансовите отчети, като умишлено ги усложняват<sup>38</sup>. За пример е посочен един от най-големите корпоративни фалити в историята на САЩ през последното десетилетие – фалитът на енергийна

---

<sup>31</sup> Вж. **Adelberg**, A. Narrative disclosures contained in financial reports: means of communication or manipulation? // Accounting and Business Research, Vol. 9 No. 35, 1979, p. 179-189.

<sup>32</sup> Вж. **Jones**, M. A longitudinal study of the readability of the chairman's narratives in the corporate reports of a UK company. // Accounting and Business Research, Vol. 18 No. 72, 1988, p. 297-305.

<sup>33</sup> Вж. **Baker**, H., Kare, D. Relationship between annual report readability and corporate financial performance. // Management Research News, Vol. 15 No. 2, 1992, p. 1-4.

<sup>34</sup> Вж. **Smith**, M., Taffler, R. The chairman's statement and corporate financial performance. // Accounting and Finance, Vol. 32 No. 2, 1992a, p. 75-90.

<sup>35</sup> Вж. **Subramanian**, R., Insley, R., Blackwell, R. Performance and readability: a comparison of annual reports of profitable and unprofitable corporations. // The Journal of Business Communication, Vol. 30, No. 1, 1993, p. 49-61.

<sup>36</sup> Вж. **Li**, F. Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. // Journal of Accounting and Economics 45, 2008, p. 221-247.

<sup>37</sup> **Li**, F. Цит. съч.

<sup>38</sup> Вж. **Петрова**, Р. Цит. съч, с. 29.

компания Enron Corporation. Коментирайки, конгресмен John Dingell заявява, че оповестените финансови отчети на дружеството са „изключително сложни“, поради което на ръководителите не се е налагало да лъжат относно финансовото състояние. „Достатъчно е било да създадат объркване единствено с усложняването им – въпреки че вероятно са и лъгали“.

М. Hossain и М. Siddiquee<sup>39</sup> достигат до различни изводи, като откриват слаби доказателства, че постигнатите резултати от предприятията, измерени чрез възвръщаемостта на активите и четивността, описват съвместни движения. Авторите заключават, че дружествата, постигнали и добри, и лоши резултати, представят оповестяванията си с висока трудност на разбираемост.

Други изследователи достигат до противоположни изводи, като не отчитат връзка между качество на четивността на оповестяванията и отчетените резултати от предприятията (J. Courtis<sup>40</sup>; B. Rutherford<sup>41</sup>; M. Smith, A. Jamil, Y. Johari и S. Ahmad<sup>42</sup>). Според тях са налице слаби (дори липсващи) доказателства за съществуването на „хипотезата на обфускация“, като предполагат, че това може да се дължи на трудността при нейната идентификация и оценка. Сложността на оповестяванията, според някои изследователи, може да е в резултат от комплицираността на извършваните дейности от предприятията. Според други секторът на дейност на съответните дружества не оказва съществено въздействие върху четивността на документите, нито пък рентабилността е свързана с нивата на разбираемост на текстовете<sup>43</sup>.

---

<sup>39</sup> Вж. **Hossain**, M., Siddiquee, M. Readability of Management Reviews in the Annual Reports of Listed Companies of Bangladesh, <http://www.ssrn.com>

<sup>40</sup> Вж. **Courtis**, J. An investigation into annual report readability and corporate riskreturn relationships. // *Accounting and Business Research*, Vol. 16, No. 64, 1986, p. 285-294. **Courtis**, J. Readability of annual reports: Western versus Asian evidence. // *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, 1995, p. 4-17.

<sup>41</sup> Вж. **Rutherford**, B. Obfuscation, textual complexity and the role of regulated narrative accounting disclosure in corporate governance. // *Journal of Management and Governance*, Vol. 7, No. 2, 2003, p. 187-210.

<sup>42</sup> Вж. **Smith**, M., Jamil, A., Johari Y., Ahmad, S. The chairman's statement in Malaysian companies: A test of the obfuscation hypothesis. // *Asian Review of Accounting*, Vol. 14, Iss ½, 2006, p. 49 – 65.

<sup>43</sup> Вж. **Courtis**, J. Цит. съч.

## РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ ...

---

Авторите M. Smith, A. Jamil, Y. Johari и S. Ahmad заключават, че са налице съществени връзки между използвания корпоративен език и финансовите постижения, но не са в съответствие с „хипотезата на обфускация“. Нещо повече, резултатите от тяхното изследване потвърждават, че подобряването на четивността на оповестяванията е пряко свързано със засилена регулация и задължителен мониторинг.

Оскъдните проучвания, изследващи анализа на езика, използван в областта на финансовите оповестявания, свидетелстват за противоречиви резултати по темата. Причина за това са може би прилаганите различни подходи за измерване на четивността, при които се акцентира върху използване на математически формули, повечето от които отчитат дължината на изреченията или броя на сричките. Трябва да се отчете и фактът, че формулите за четивност оценяват и предоставят резултат за вероятната трудност на разбиране на текста от читателите.

Методологията за четивността е критикувана поради това, че води началото си от литературната психология, където е използвана предимно за оценка на текстове за деца. Различни автори признават ограниченията на използваните формули и тяхното приложение към финансовите оповестявания. Последното поражда проблем за тяхната валидност.

Въпреки изминалите няколко десетилетия и малкото изследвания по въпроса все още влиянието на постигнатите резултати върху четивността на финансовите отчети остава без категорично заключение по темата. Интересен е фактът, че предишните изследвания се фокусират върху определени страни на проблема. Липсват глобални (цялостни) изследвания, които биха могли да дадат по-добра и цялостна представа по въпроса. Осъществяването на последното е изключително трудно за реализация, в едни сравними аспекти, където всяко едно от тези малки проучвания може да допринесе за изясняване на отделни страни на спорния въпрос.

### Заклучение

В наши дни, в резултат на бурното развитие на формулите за четивност, последните се превръщат в океан от метрики и стават все по-популярни. Въпреки противоречията и ограниченията, метриците за разбираемост съществуват повече от 80 години, като дават „средна“ оценка за нивото на трудност на писмената информация. Като цяло формулите представляват количествени подходи за измерване, които отчитат само текстовите и лингвистични фактори и не могат да включат в себе си качествени такива, понеже последните са трудно измерими и зависят от редица други личностни (читателски) характеристики. От друга страна, качественият подход е изключително субективен и поради този факт понякога е трудно да се направи точно обобщение на анализа.

Представените аргументи в настоящата статия подкрепят необходимостта от комбинирането на постиженията на количествения и качествения подход и създаването на една нова тенденция, при която формулите на четивността трябва да се използват като първоначална оценка, която следва да бъде допълнена от преценка за отделни субективни характеристики. По този начин печатните текстове ще бъдат анализирани по по-всеобхватен начин, засягащ два аспекта – на спецификите на текста и личностните качества на читателя. Следователно този нов подход би допринесъл за по-продуктивни резултати при бъдещи изследвания и би спомогнал за увеличаване на разбираемостта на писмената информация.

Проблемите с ефективната и прозрачна комуникация между доставчиците и потребителите на корпоративна информация, въпреки натрупания опит и строгата нормативна регламентация, продължава да е актуална тема към днешна дата. Връзката между четивността на оповестяванията и постигнатите резултати от едно предприятие остава все още емпирично недоказана. Въпреки противоречията можем да приемем хипотезата, че съществува, може би при някои предприятия явно проявена, а при други скрита, връзка между резултатите от дейността и степента на разбираемост на представената информация. Необходимо е, при бъдещи изследвания да се приложи новият комплексен подход, чиито резултати да бъдат съпоставени с показатели, отчитащи бъдещото представяне на предприятието.



ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица 1.  
 Научни изследвания, разглеждащи четивността  
 на оповестяванията<sup>44</sup>

Автор	Година	Извадка на изследване	Обект на изследване	Показатели, отчитащи постигнатите резултати на предприятието	Мярка за четивността	Изводи
<b>Четивността на текстовете в оповестяванията на предприятията</b>						
S. Pashalian W. Crissy	1950	26 отчета	Годишни отчети	-	Flesch	Оповестяванията са трудно разбираеми за 75% от възрастното население на САЩ
F. Soper R. Dolphin	1964	25 отчета	Годишни отчети	-	Flesch	Намалява сложността на текста
M. Still	1972	50 предприятия (1971)	Доклади на ръководството	-	Flesch	Оповестяванията са трудно разбираеми за голям процент от британското население

<sup>44</sup> Адаптирано и допълнено от Stellner, B. Readability of Quarterly Reports: Do companies mislead investors?// Anchor Academic Publishing, 2014, p. 37-38.

A. Barnett K. Leofflet	1979	50 предприятия (1975 и 1969 г.)	Бележки, одиторски доклади	-	Flesch	Намалява слож- ността на текста
<b>Влияние на постигнатите резултати върху четивността на оповестяванията на предприятията</b>						
A. Adelberg	1979	16 отчета	Годишен доклад за действието, бележки и одиторски доклад	Промяна в дохода на акция (EPS)	Cloze proce- dure	Тенден- ция към „замъгля- ване“ на някои части от оповестя- ванията
J. Courtis	1986	46 и 96 отчета	Писма до акционерите бележки към ГФО	Текущи съотношения, ливъридж, изменчивост на приходите, възвращае- мост на акти- вите (ROA)	Flesch и Fog	Без обфуска- ция <sup>45</sup>
M. Jones	1988	1 пред- приятие, 32 фи- нансови години	Писма до акционерите	Отношение на чиста печалба към продажби, ROCE	Flesch	Тенден- ция към обфуска- ция
H. Baker D. Kane	1992	44 отчета	Писма до акционерите	Активи, обикновени акции, възв- ращаемост на собствения капитал (ROE), рен- табилност на приходите	Flesch	Тенден- ция към обфуска- ция
M. Smith R. Taffler	1992	66 отчета	Писма до акционерите	Успешни и неуспешни предприятия, печалба, ликвидност, риск	Flesch и Lix	Тенден- ция към обфуска- ция

<sup>45</sup> Умишлено написан трудно четим текст, за да може да се прикрие неблагоприятна информация.

## РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ ...

R. Subramanian R. Insley R. Blackwell	1993	60 отчета	Писма до акционерите	Подобрена или вложена рентабилност	Flesch -Kin- caid	Тенден- ция към обфуска- ция
J. Courtis	1995	32 отчета (64 – финан- сови години)	Писма до акционерите бележки към ГФО	Рентабил- ност на ин- вестициите (ROI)	Flesch, Fog и Lix	Без обфуска- ция
B. Rutherford	2003	419 отчета	Оперативни и финансови отчети	Обращае- мост, оперативна печалба, марж на печалбата, рентабилност на вложения капитал (ROCE), ROE, увеличение/ намаление на доход на акция	Flesch	Без обфуска- ция
M. Smith A, Jamil Y. Johari S. Ahmad	2006	513 отчета	Писма до акционерите	Печалба, показатели за ликвидност	Flesh и BCI	Без обфуска- ция
F. Li	2008	55719 отчета (1993- 2003)	Годишен доклад за действието, бележки към ГФО	Текуща печалба, постоянство на печалбата	Fog и обем на опове- стява- нията	Тенден- ция към обфуска- ция
M. Hossain M. Sid- diquee	2008	139 пред- приятия	Годишен доклад за действието	ROA	Flesch и обем на опове- стява- нията	Ограни- чена склонност към обфуска- ция

### Цитирана и използвана литература

1. Петрова, Р. Представянето във финансовите отчети като средство за манипулиране възприемането на счетоводната информация. // Бизнес управление, 2016, №1, с. 15 – 37.
2. Филипова, Ф. Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация. Наука и икономика, ИУ – Варна, 2012.
3. Adelberg, A. Narrative disclosures contained in financial reports: means of communication or manipulation?// Accounting and Business Research, Vol. 9 No. 35, 1979.
4. Baker, H., Kare, D. Relationship between annual report readability and corporate financial performance.// Management Research News, Vol. 15 No. 2, 1992.
5. Barnett, A., Leoffler, K. Readability of accounting and auditing messages. // Journal of Business Communication 16, 1979.
6. Curtis, J. An investigation into annual report readability and corporate riskreturn relationships. // Accounting and Business Research, Vol. 16, No. 64, 1986.
7. Curtis, J. Readability of annual reports: Western versus Asian evidence. // Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 8, No. 2, 1995.
8. DuBay, W. The Principles of Readability. //2004. Available online at:  
<http://www.impact-information.com/impactinfo/readability02.pdf>
9. Edgar, D., Chall, J. A Formula for Predicting Readability. // S&BS, Number 31, august 2, 1982.
10. Flesch, R. The art of readable writing.// New York: Harper , 1949.
11. Gray, W., Leary, B. What makes a book readable.// Chicago: Chicago University Press, 1935. Available online at:  
[https://archive.org/stream/whatmakesabookre028092mbp/what-makesabookre028092mbp\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/whatmakesabookre028092mbp/what-makesabookre028092mbp_djvu.txt)
12. Gunning, R. The technique of clear writing.// New York: McGraw-Hill, 1952.

13. Hargis, G., Hernandez, A., Hughes, P., Ramaker, J., Rouiller, S., Wilde, E. Developing quality technical information: A handbook for writers and editors.// Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1998.

14. Hossain, M., Siddigee, M. Readability of Management Reviews in the Annual Reports of Listed Companies of Bangladesh, <http://www.ssrn.com>

15. Jones, M. A longitudinal study of the readability of the chairman's narratives in the corporate reports of a UK company.// Accounting and Business Research, Vol. 18 No. 72, 1988.

16. Kern, R. Usefulness of readability formulas for achieving Army readability objectives: Research and state-of-the-art applied to the Army's problem. //Fort Benjamin Harrison, ID: Technical Advisory Service, U.S. Army Research Institute, 1979.

17. Kitson, H. The mind of the buyer.// New York: Macmillan. 1921. Available online at: <https://archive.org/details/mindbuyerapsych00kitsgoog>

18. Klare, G. The measurement of readability. //Ames, Iowa: Iowa State University Press, 1963.

19. Li, F. Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. // Journal of Accounting and Economics 45, 2008.

20. McLaughlin, G. SMOG grading - a new readability formula . // Journal of reading 22, 1969.

21. Pashalian, S., Crissy, W. How readable are corporate annual reports?// Journal of Applied Psychology, Vol 34(4), Aug 1950.

22. Rutherford, B. Obfuscation, textual complexity and the role of regulated narrative accounting disclosure in corporate governance.// Journal of Management and Governance, Vol. 7, No. 2, 2003.

23. Sherman, A. Analytics of literature: A manual for the objective study of English prose and poetry. // Boston: Ginn & Co, 1893. Available online at: <https://archive.org/stream/analyticsofliter00sheruoft#page/x/mode/2up>

24. Smith, M., Jamil, A., Johari Y., Ahmad, S. The chairman's statement in Malaysian companies: A test of the obfuscation hypothesis. // Asian Review of Accounting, Vol. 14, Iss ½, 2006.

25. Smith, M., Taffler, R. The chairman's statement and corporate financial performance. // Accounting and Finance, Vol. 32 No. 2, 1992.

26. Soper, F., Dolohin, R. Readability and Corporate Annual Reports. // The Accounting Review, April 1964.
27. Stellner, B. Readability of Quarterly Reports: Do companies mislead investors?// Anchor Academic Publishing, 2014.
28. Still, M. The Readability of Chairman's Statements. // Accounting and Business Research, Vol. 3, Issue 9, Winter 1972.
29. Subramanian, R., Insley, R., Blackwell, R. Performance and readability: a comparison of annual reports of profitable and unprofitable corporations. // The Journal of Business Communication, Vol. 30, No. 1, 1993.
30. Taylor, W. Cloze procedure: A new tool for measuring readability. // Journalism quarterly, Vol. 30, 1953.
31. Thorndike, E. The teacher's word book.// New York: Bureau of Publications, Teachers College, Columbia University, 1921. Available online at:  
<https://archive.org/stream/teacherswordbook00thoruoft#page/n5/mode/2up>
32. Woods, B., Moscardo, G., Greenwood, T. A critical review of readability and comprehensibility tests.// The Journal of Tourism Studies. 9(2), 1998. Available online at:  
[https://www.jcu.edu.au/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0003/122097/jcudev\\_012662.pdf](https://www.jcu.edu.au/__data/assets/pdf_file/0003/122097/jcudev_012662.pdf)
33. Zipf, G. Human behavior and the principle of least effort: An introduction to human ecology.// New York: Addison-Wesley, 1949.



Стопанска академия  
„Д. А. Ценов“ – Свищов

Година XXVI, кн. 2, 2016

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

### **МЕНИДЖМЪНТ – практика**

#### **РАЗКРИВАНЕ НА ФАКТОРИТЕ ЗА ИКОНОМИЧЕСКА ЕФЕКТИВНОСТ НА КОЛАБОРАТИВНОТО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В БИЗНЕСА**

Проф. д-р т.н. Виктор Алексеевич Бившев,  
Проф. д-р ик н. Дмитрий Владимирович Чистов ..... 5

### **СЧЕТОВОДСТВО и одит**

#### **АКТУАЛНИ МОМЕНТИ ПРИ ПРИЛАГАНЕ НА ЗАКОНА ЗА СЧЕТОВОДСТВОТО**

Доц. д-р Станислав Александров, ас. д-р Галя Георгиева ..... 20

#### **РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ – КОНЦЕПЦИЯ И ПРИЛОЖЕНИЕ В СЪВРЕМЕННИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ ПО СЧЕТОВОДСТВО**

Гл. ас. д-р Илиян Христов, ас. Любомира Димитрова ..... 41

#### **СЧЕТОВОДНО-ИНФОРМАЦИОННО ОСИГУРЯВАНЕ НА ОДИТА НА СРЕДСТАТА ОТ ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ В ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР**

Ас. Ради Димитров ..... 63

### **ФИРМЕНА конкурентоспособност**

#### **ЖИЗЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ЕЛЕКТРОННАТА ПРОМИШЛЕННОСТ НА РУСИЯ**

Доц. д-р Наталия Николаевна Куликова ..... 82

### **Редколегия на сп. „Бизнес управление“**

**Красимир Шишманов** – главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Никола Янков** – зам. главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Иван Марчевски**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Ирена Емилова**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Любчо Варамезов**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Румен Ерусалимов**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Силвия Костова**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

### **Международна редколегия на сп. „Бизнес управление“**

**Александру Неделеа** – Университет „Стефан Велики“, Сучава, Румъния

**Дмитрий Владимирович Чистов**, – ФГОБУ ВПО Финансов университет при правителството на руската федерация, Москва, Русия

**Йоана Панагорец** – Университет Валахия, Търговище, Румъния

**Йото Йотов** – Драксел университет, Филадельфия, САЩ

**Махмуд Ел Батран** – Университет Кайро, Кайро, Египет

**Наталья Борисовна Голованова** – Московски технологически университет, Москва Русия

**Татяна Викторовна Орехова** – Донецки национален университет, Виница, Украйна

**Тадиа Джукич** — Университет в Ниш, Ниш, Сърбия

**Ян Тадеуш Дуда** – AGH Университет за наука и технологии, Краков, Полша

Дадено за печат на 27.06.2016 г., излязло от печат на 8.07.2016 г.,  
формат 70x100/16, тираж 100

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,  
ул. „Ем. Чакъров“ 2, тел.: +359 631 66298

© Академично издателство „Ценов“, Свищов, ул. „Градево“ 24



ISSN 0861 - 6604

# БИЗНЕС управление

БИЗНЕС управление 2/2016



ИЗДАНИЕ НА  
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ  
„Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЦОВ

**2/2016**

## КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ И АВТОРИТЕ НА СПИСАНИЕ „БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ“

Списание „БИЗНЕС управление“ публикува изследователски статии, методологически и методически разработки и прегледи, рецензии, опит.

### 1. Обем:

Статии: минимум - 12 страници; максимум - 25 страници;

Прегледи, рецензии, опит: минимум - 5 страници; максимум - 10 страници.

### 2. Депозирание на материалите:

- на хартиен носител и в електронен вид (по E-mail и/или на CD);

### 3. Технически характеристики:

- 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 см.; Bottom - 2.54 см; Left - 3.17 см; Right - 3.17 см;

- 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, научна степен, научно звание - 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 под линия:

При цитиране да се спазват изискванията на **БДС 17377-96 Библиографско цитиране**, поместени тук: <http://www.uni-svishtov.bg/?page=page&id=71>

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

### 6. Контакти:

Главен редактор: тел.: (+359) 631-66-397

Зам.-главен редактор: тел.: (+359) 631-66-425

Стилов редактор и ПР: тел.: (+359) 631-66-335

E-mail: [jtananeva@uni-svishtov.bg](mailto:jtananeva@uni-svishtov.bg)

Адрес: Стопанска академия „Д. А. Ценов“, ул. „Е. Чакъров“ № 2, Свищов, България