СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ – КЛОН СВИЩОВ

Международна научна конференция

ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ИКОНОМИЧЕСКИТЕ НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ ПРЕЗ XXI ВЕК

Свищов, 22 ноември 2024 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 80 години от създаването на Съюза на учените в България

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2024

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ – КЛОН СВИЩОВ

Международна научна конференция

ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ИКОНОМИЧЕСКИТЕ НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ ПРЕЗ XXI ВЕК

Свищов, 22 ноември 2024 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 80 години от създаването на Съюза на учените в България

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2024

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Марин Маринов – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов
Проф. д.б.н. Диана Петкова – Председател на Съюза на учените в България
Проф. д-р Атанас Атанасов – Зам. ректор „Научноизследователска дейност и развитие на кадрите“ на СА „Д. А. Ценов“
Доц. д-р Красимира Славева – Председател СУБ – клон Свищов

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Пепа Стойкова
Доц. д-р Любка Илиева
Гл. ас. д-р Зоя Иванова

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Проф. д-р Атанас Атанасов
Членове:
Проф. д-р Анета Денева
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Пепа Стойкова
Доц. д-р Любка Илиева
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Галина Чиприянова
Full Professor Carlos Coelho, PhD
Full Professor Jan Polowczyk, PhD
Full Professor Тадија Ђукић, PhD
Assoc. Prof. Tatiana Manasterska, PhD

НАУЧНИ СЕКРЕТАРИ

Доц. д-р Любка Илиева
Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Гл. ас. д-р Асен Божиков

Публикуваните материали са рецензирани. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

ISBN 978-954-23-2522-2 - Печатно
ISBN 978-954-23-2523-9 - Онлайн

СЪДЪРЖАНИЕ

ИКОНОМИКС, ФИНАНСИ, ЗАСТРАХОВАНЕ, СОЦИАЛНО ДЕЛО

ОБЕКТ, ЦЕЛ И РЕЗУЛТАТИ ОТ НАУЧНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА СЪВРЕМЕННОТО НАЦИОНАЛНО СТОПАНСТВО
Проф. д.ик.н Росица Чобанова **7**

КОНЦЕПТУАЛНА РАМКА НА ЕНЕРГИЙНАТА СИГУРНОСТ
Проф. д-р Андрей Захариев, докт. Илиан Илчев **15**

PARALLEL ANALYSIS OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE LARGE LISTED COMPANIES FROM THE TOURISM SECTOR
Prof. Stefan Simeonov, PhD, PhD student Alexey Gudev **22**

МОДЕЛЪТ ЗА АНАЛИЗ „ДЮ ПОНТ“ КАТО ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ОЦЕНКА НА ДЕЙНОСТТА НА ЖИВОТОЗАСТРАХОВАТЕЛНИТЕ ДРУЖЕСТВА В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Венцислав Василев **32**

ЗА ЛИПСВАЩАТА ВРЪЗКА МЕЖДУ ДАНЪЧНАТА АВТОНОМНОСТ НА ОБЩИНИТЕ И МЕСТНАТА СТОПАНСКА АКТИВНОСТ
Доц. д-р Людмил Найденов **41**

ВЛИЯНИЕ НА НАРАСТВАЩАТА ПРОДЪЛЖИТЕЛНОСТ НА ЖИВОТ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ГРАЖДАНИ ВЪРХУ ДЪЛГОСРОЧНИТЕ ГРИЖИ
Доц. д-р Николай Нинов **49**

ПАЗАРНИ ОСОБЕНОСТИ НА ПРОМЯНАТА НА УЧАСТИЕТО НА ОСИГУРЕНИТЕ ЛИЦА ВЪВ ФОНДОВЕТЕ ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНО ДОБРОВОЛНО ПЕНСИОННО ОСИГУРЯВАНЕ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Пламен Йорданов, гл. ас. д-р Маргарита Николова **58**

ПРОБЛЕМИ В РАЗВИТИЕТО НА ЗАСТРАХОВАНЕТО „КАСКО НА МПС“ НА БЪЛГАРСКИЯ ЗАСТРАХОВАТЕЛЕН ПАЗАР
Доц. д-р Румен Ерусалимов **66**

РОЛЯТА НА ВИСШЕТО ИКОНОМИЧЕСКО ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ФОРМИРАНЕТО И ПОВИШАВАНЕТО НА ЗАСТРАХОВАТЕЛНАТА ГРАМОТНОСТ
Гл. ас. д-р Анелия Панева **73**

АНАЛИТИЧЕН ПРЕГЛЕД НА ТОП 10 НА HEALTHTECH СТАРТЪПИТЕ В БЪЛГАРИЯ (СПОРЕД КЛАСАЦИИТЕ НА TRACXN)
Гл. ас. д-р Валентина Нинова 80

РАЗВИТИЕ И СЪСТОЯНИЕ НА ОСИГУРЯВАНЕТО В УНИВЕРСАЛЕН ПЕНСИОНЕН ФОНД В БЪЛГАРИЯ
Гл. ас. д-р Йордан Йорданов 91

ПАЗАРЪТ НА ТРУДА И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА ПРЕД УМЕНИЯТА НА РАБОТНАТА СИЛА
Гл. ас. д-р Таня Илиева 100

СТРЕС ТЕСТ НА ПУБЛИЧНИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЧРЕЗ ALTMAN'S Z-SCORE МОДЕЛ
Ас. д-р Силвия Заркова 105

АНАЛИЗ НА СТРУКТУРАТА НА СОБСТВЕНИЯ КАПИТАЛ НА БАНКОВИЯ СЕКТОР В КОНТЕКСТА НА РЕГУЛАТОРНИТЕ ИЗИСКВАНИЯ БАЗЕЛ III
Д-р Беатрис Любенова 111

СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ ПАРАМЕТРИ НА ТРАНСПОРТНИЯ СЕКТОР - СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ
Докт. Васил Василев 123

ШОКОВИ ВЪЗДЕЙСТВИЯ НА ПАНДЕМИЯТА ВЪРХУ ОТРАСЛИ НА ИКОНОМИКАТА В БЪЛГАРИЯ И ЕС – ЕМПИРИЧНИ СВИДЕТЕЛСТВА
Докт. Горян Милев 131

ИКОНОМИЧЕСКИ ПОКАЗАТЕЛИ И ЕВОЛЮЦИЯ НА ДАНЪЧНАТА ОСНОВА В АГРАРНИЯ СЕКТОР В БЪЛГАРИЯ – ЕМПИРИЧНИ СВИДЕТЕЛСТВА
Докт. Ивайло Здравков 141

СЪСТОЯНИЕ НА ГЛОБАЛНИЯ ПАЗАР НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ - ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Докт. Пламен Илиев 150

ИКОНОМИЧЕСКИ ОСНОВАНИЯ ЗА ДЪРЖАВНАТА НАМЕСА: МОДЕЛИ ЗА ИНТЕРВЕНЦИЯ И COVID-19
Докт. Станислав Младенов 159

РЕГИОНАЛНА КОНВЕРГЕНЦИЯ И ДИВЕРГЕНЦИЯ НА ЦЕНОВИТЕ РАВНИЩА НА НЕДВИЖИМИТЕ ИМОТИ В БЪЛГАРИЯ: ДИНАМИКА И ТЕНДЕНЦИИ
Докт. Цондю Цондев 169

СЧЕТОВОДСТВО, КОНТРОЛ, АНАЛИЗ, СТАТИСТИКА

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА СЧЕТОВОДНО ОТЧИТАНЕ НА СПЕЦИФИЧНИТЕ ПРИХОДИ В ПЕНСИОННООСИГУРИТЕЛНИТЕ ДРУЖЕСТВА
Проф. д-р Атанас Атанасов 183

NEAR-EXACT DISTRIBUTIONS AND FINITE FORM REPRESENTATIONS: PROBLEMS THEY CAN SOLVE
Full Professor, Ph.D. & Hab., Carlos A. Coelho 190

НОРМАТИВНАТА РЕГЛАМЕНТАЦИЯ ОТНОСНО ОПОВЕСТЯВАНЕТО НА НЕФИНАНСОВА ИНФОРМАЦИЯ КАТО ПРЕДПОСТАВКА ЗА НАДЕЖДНА ОЦЕНКА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА БАНКИТЕ
Доц. д-р Венцислав Вечев 198

SUSTAINABILITY REPORTING CHALLENGES IN THE CONTEXT OF CHANGES IN ACCOUNTING LEGISLATION
Assoc. Prof. Galina Chipriyanova, PhD,
Assoc. Prof. Mihail Chipriyanov, PhD 204

ПРОБЛЕМИ И ПЕРСПЕКТИВИ ПРИ ОБУЧЕНИЕТО ПО СЧЕТОВОДСТВО В СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ
Доц. д-р Галя Иванова-Кузманова 211

ПРОБЛЕМИ ПРИ ОТЧИТАНЕ НА ПРИХОДИТЕ И РАЗХОДИТЕ ПО ДОГОВОРИ ЗА СТРОИТЕЛСТВО
Доц. д-р Диана Крумова 218

COMPARATIVE ANALYSIS OF FINANCIAL INCLUSION IN ROMANIA, BULGARIA, AND THE REPUBLIC OF MOLDOVA THROUGH THE FINANCIAL INCLUSION INDEX OF TRADITIONAL AND FINTECH SERVICES
Assoc. Prof. Eduard Hîrbu, PhD, Hîrbu Ana 226

ИКОНОМИЧЕСКИ РАЗЛИЧИЯ И НЕРАВЕНСТВА МЕЖДУ СЕВЕРНА И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Красимира Славева..... 235

СТАТИСТИЧЕСКИ АНАЛИЗ НА СЕЗОННИТЕ КОЛЕБАНИЯ В ПОСЕЩЕНИЯТА НА БЪЛГАРСКИ ГРАЖДАНИ В ЧУЖБИНА
Доц. д-р Пламен Петков, докт. Пламена Колева 247

ДОКЛАДВАНЕ НА УСТОЙЧИВОСТТА НА БИЗНЕСА – СЪДЪРЖАНИЕ И АКТУАЛНИ НАСОКИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ
Доц. д-р Радосвета Кръстева-Христова 257

ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ПРИЕМА НА СТУДЕНТИ ПО АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ И ИКОНОМИКА ЗА УЧЕБНАТА 2023 – 2024 ГОДИНА В Р БЪЛГАРИЯ
доц. д-р Росица Колева 266

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ОДИТОРСКИТЕ УСЛУГИ В УСЛОВИЯТА НА ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ
Доц. д-р Силвия Костова 272

ОБЕЗЦЕНКА НА ВЗЕМАНИЯТА ОТ ПРОДАЖБИ В ПРЕДПРИЯТИЯТА
Доц. д-р Слави Генов 280

ВЛИЯНИЕ НА ДАНЪЧНИТЕ НЕСЪОТВЕТСТВИЯ ВЪРХУ ФИСКАЛНАТА СТАБИЛНОСТ
Гл. ас. д-р Жельо Желев 288

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ПОСЛЕДИЦИ ОТ ПРИЛАГАНЕТО НА МЕЖДУНАРОДНИЯ СТАНДАРТ ЗА ФИНАНСОВО ОТЧИТАНЕ 9 В МУЛТИНАЦИОНАЛНИТЕ КОРПОРАЦИИ: СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ
Гл. ас. д-р Кирил Димитров 296

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА ПРЕД ОБРАЗОВАНИЕТО ПО СЧЕТОВОДСТВО В КОНТЕКСТА НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Ралица Данчева 302

НЕЗАВИСИМОСТТА НА ОДИТНИТЕ КОМИТЕТИ И ВЪТРЕШНИЯ ОДИТ В ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР В БЪЛГАРИЯ
Докт. Румен Гъбов 308

АНАЛИЗ НА КЛЮЧОВИ АСПЕКТИ ОТ ОРГАНИЗАЦИОННАТА СТРУКТУРА НА НАЦИОНАЛНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИ ИНСТИТУТ
Докт. Цветозария Гатева 316

МЕНИДЖМЪНТ, МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНИ ОТНОШЕНИЯ, ПЛАНИРАНЕ, ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

DIGITAL THREAT ANALYSIS
Professor Serghei Ohrimenco DSc, Associate Professor Lucia Gujuman, PhD, Valeriu Cernei 329

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ПОДБОРА НА ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ В БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
Проф. д-р Галина Захариева, докт. Маргарита Николова 336

GENERATION Z IN POLAND AND BULGARIA: CORE VALUES AND LIFE PRIORITIES
Prof. UEP. dr hab. Dariusz Nowak, Assist. Prof. Aleksandar Lichev, PhD, Szymon Nowak..... 344

СЪВРЕМЕННОТО УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГОВИЯ ПЕРСОНАЛ – СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМНИ АСПЕКТИ
Доц. д-р Ваня Григорова 352

ИНТЕЛИГЕНТНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ И РАБОТА В МРЕЖИ
Доц. д-р Евелина Парашкевова, Доц. д-р Маргарита Шопова..... 360

POSITIVE ASPECTS AND CHALLENGES OF GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS
Assoc. Prof. Natalia Marinova, PhD..... 368

УСТОЙЧИВО ВНЕДРЯВАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПРОЕКТ №: 2022-1-BG01-KA220-VET-000089399 „ПРЕДОСТАВЯНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТ НА МСП В СЕКТОРА ХОРЕКА ЗА ЕФЕКТИВНО УСВОЯВАНЕ НА ЗНАНИЯ И ИНСТРУМЕНТИ ЗА ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ (HORECA 5.0)“
Доц. д-р Христо Сирашки..... 375

ИНТЕРЕСИ И МОТИВАЦИОННИ НАГЛАСИ ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА МЕНИДЖЪРА
Гл. ас. д-р Десислава Алексиева..... 382

РОЛЯТА НА СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ В СЪВРЕМЕННАТА ИКОНОМИКА: ПЕРСПЕКТИВИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ЗА БИЗНЕСА
Гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова 388

ОСОБЕНОСТИ НА МЕЖДУЛИЧНОСТНИТЕ КОНФЛИКТИ В ОРГАНИЗАЦИИТЕ И ТЯХНОТО РАЗРЕШАВАНЕ
Гл. ас. д-р Милен Динков..... 396

СЪЩНОСТ И ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ОТВОРЕНИТЕ ИНОВАЦИИ
Гл. ас. д-р Юлиян Господинов..... 404

ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ПЪТЯ НА КЛИЕНТА
Ас. д-р Стелиана Василева 412

PROTECTION OF DOCUMENT-CENTRIC SYSTEMS FROM DIGITAL THREATS
Assistant Ghenadie Belinschi 420

ИМПЛЕМЕНТИРАНЕ НА ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ В ГЪВКАВА МЕТОДОЛОГИЯ (SCRUM) НА УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Д-р Андрей Йорданов 426

ИКОНОМИКА НА ОТРАСЛИТЕ

УСТРОЙСТВО НА ЗЕМЕДЕЛСКИТЕ ТЕРИТОРИИ – ОСОБЕНОСТИ, РЕГЛАМЕНТИ, ПРОБЛЕМИ
Проф. д-р Гена Велковска 437

КОНЦЕПТУАЛЕН МОДЕЛ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ ТЕРИТОРИИ В БЪЛГАРИЯ
Проф. д-р Марина Николова..... 446

AN ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT CHALLENGES OF RETAIL AND WHOLESALE BUSINESSES IN UKRAINE
Prof., Doctor of Economics, Olena Khadzhynova, Assoc. Prof., Candidate of Economic Sciences, Larysa Kapranova, Ph. D., Roman Sharanov 456

НЯКОИ ПРАВНИ И ПРАКТИЧЕСКИ АСПЕКТИ ПРИ МЕНИДЖМЪНТА НА СТОПАНСКИТЕ ДВОРОВЕ
Доц. д-р Валери Велковски..... 462

ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ЕВРОПЕЙСКИЯ АГРАРЕН СЕКТОР
Доц. д-р Виолета Блажева **473**

ЕКО-ЕФЕКТИВНИ СТРАТЕГИИ
Доц. д-р Елена Йорданова **478**

INNOVATION AND INDUSTRY 5.0 – SOME CONNECTIONS AND OPPORTUNITIES
Assoc. Prof., Iskra Panteleeva, PhD **483**

OPPORTUNITIES FOR INDUSTRIAL BUSINESS DEVELOPMENT THROUGH TECHNOLOGICAL INNOVATIONS
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD, PhD Student Kalin Borisov **491**

ПРОМОТИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ ЧРЕЗ ДИГИТАЛНИ ИНОВАЦИИ
Доц. д-р Любка Илиева **499**

ЛОГИСТИЧНОТО ПОВЕДЕНИЕ НА ФИРМАТА, ОРГАНИЗА-ЦИОННАТА ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСКАТА АКТИВНОСТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПИВОВАРНИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Доц. д-р Сергей Найденов **506**

ПРОУЧВАНЕ НА РЕЛАЦИЯТА МЕЖДУ ДИГИТАЛНИТЕ УМЕНИЯ ЗА ПАЗАРУВАНЕ И РАЗПОЛАГАЕМИТЕ ДОХОДИ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Симеонка Петрова **516**

ИКОНОМИЧЕСКАТА СОЦИОЛОГИЯ В КОНТЕКСТА НА ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА ПРЕД ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ ПРЕЗ 21 ВЕК
Гл. ас. д-р Ваня Ганева **522**

TRANSFORMATION OF CONSUMER ONLINE PURCHASING BEHAVIOUR IN THE EUROPEAN UNION
Head Assist. Prof. Zoya Ivanova, PhD **529**

METHODS FOR GENERATING INNOVATIONS IN BULGARIAN ENTERPRISES
Head Assist. Prof. Ivaylo Kostov, Ph.D. **537**

РОЛЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИЯ ТУРИЗЪМ
Гл. ас. д-р Павлин Павлов 545

БАРИЕРИ ПРЕД ОТВОРЕНИТЕ ИНОВАЦИИ В МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
Докт. Виктор Маринов 551

HUMAN RESOURCES IN THE AGE OF DIGITALIZATION
PhD Student Denitsa Gharkova-Zaharieva 557

РОЛЯТА НА ВИСШЕТО ИКОНОМИЧЕСКО ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ФОРМИРАНЕТО И ПОВИШАВАНЕТО НА ЗАСТРАХОВАТЕЛНАТА ГРАМОТНОСТ

Гл. ас. д-р Анелия Панева[1]

Резюме: *Застрахователната грамотност има пряко значение за застрахователното потребление и изграждането на доверие в застрахователния сектор. Социологически проучвания, проведени в страната ни в периода 2007 – 2020 година, показват незадоволително ниво на застрахователна грамотност на българското население. Висшите училища, извършващи обучение по застраховане, разполагат с разнообразни възможности за осигуряването на необходимите знания и умения и формирането на положително отношение към застраховането.*

Ключови думи: *застраховане, застрахователна услуга, застрахователна грамотност, висше икономическо образование*

JEL: A20, G22

DOI: https://doi.org/10.58861/tae.pcesetfc.2024.9

THE ROLE OF HIGHER ECONOMIC EDUCATION IN THE FORMATION AND ENHANCEMENT OF INSURANCE LITERACY

Head Assist. Prof. Anelia Paneva, PhD

Abstract: *Insurance literacy directly influences insurance consumption and the building of trust in the insurance sector. Sociological surveys conducted in our country between 2007 and 2020 reveal an unsatisfactory level of insurance literacy of the Bulgarian population. Higher education institutions providing insurance education have a variety of opportunities to provide the necessary knowledge and skills and to form a positive attitude towards insurance.*

Key words*: insurance, insurance service, insurance literacy, higher economic education*

JEL: A20, G22

DOI: https://doi.org/10.58861/tae.pcesetfc.2024.9

[1] a.paneva@uni-svishtov.bg, катедра „Застраховане и социално дело“, Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов

1. Въведение

Застрахователната услуга се изразява в поемане от страна на застрахователните дружества на ангажимент да извършат плащане, ако вследствие на случайни и предварително договорени събития бъдат засегнати застрахованите лица. Тя е от рода на финансовите услуги, които се характеризират с по-висока сложност от гледна точка на потребителското възприемане. Причислява се към групата на непопулярните продукти, за които е присъщо, че потребителите не ги познават или ги познават, но не възнамеряват да ги купят.

Нематериалният характер на застрахователната услуга е причина тя да не може да се определи с видими и осезаеми параметри, поради което потребителите са затруднени при оценката на качествата ѝ и не могат да разберат какво точно им се предлага. В допълнение, покупката на застрахователната услуга предшества нейното потребление. Застрахованият предварително плаща застрахователната премия по застраховката (нейната цена), а реалното потребление се осъществява на бъдещ етап и то само ако е настъпило включено в застрахователния договор събитие. Ако няма случайно възникнали загуби, пред застрахователя не стои задължението да извършва плащания. Потребителите в този случай трудно оценяват ползата от сключената застраховка.

Вземането на решение за закупуване на застраховки се затруднява и от наличието на голям брой застрахователи, функциониращи на българския застрахователен пазар, които обслужват един и същи пазарен сегмент. В условията на конкурентен пазар застрахователите постоянно допълват и обновяват асортимента на предлаганите застрахователни продукти. Често застраховките на различните дружества притежават сходни характеристики, което допълнително затруднява потребителския избор. Събирането на необходимата информация за избор на подходящо застрахователно покритие изисква много време, анализаторски умения, добро познаване на същността на застраховането и на състоянието на застрахователния пазар, което се оказва непосилно за повечето потребители.

Посочените особености, свързани със застрахователната услуга и нейното предлагане, предопределят трудното ѝ осмисляне. Необходимо е притежаването на застрахователна грамотност на достатъчно добро ниво от страна на българските потребители, за да могат те да направят информиран избор на застраховател и на подходящ за тях застрахователен продукт.

2. Застрахователната грамотност в България

По примера на определението за финансова грамотност, което дава Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (OECD, 2020), застрахователната грамотност може да се дефинира като комбинация от *знания* за застраховането, *умения* да се приложат тези знания при решаването

на реални застрахователни казуси, *положително отношение* към застраховането и *поведение*, водещо до вземане на разумни застрахователни решения. Тя има пряка връзка с потреблението на застрахователни продукти и изграждането на доверие в застрахователния сектор. Застрахователната грамотност предполага (Allodi, Cervellati, & Stella, 2020):

- разбиране на същността на застраховането и познаване на предлаганите застрахователни продукти;
- разбиране на рисковете, включени в застрахователното покритие;
- способност за прилагане на застрахователните познания при оценяване на алтернативни предложения за застраховане и вземане на аргументирани решения при сключване на застраховки.

Ако хората не разбират рисковете, пред които са изправени, или как даден застрахователен продукт може да ги защити, не може да се очаква от тях да бъдат мотивирани да потребяват застрахователни продукти или да са способни да изберат правилното според техните нужди застрахователно покритие.

Изводи за нивото на застрахователна грамотност на българските потребители могат да се направят въз основа на няколко социологически проучвания, проведени в страната ни в периода 2007 – 2020 година.

Според социологическо проучване от 2007 година (Каменов, 2008), една четвърт от българите не познават нито един застрахователен продукт, 40% смятат, че нямат нужда от какъвто и да е било вид застраховане, и едва 33% имат застраховка. Сред хората, които никога не са си сключвали застраховка, 14% вярват, че никога няма да бъдат засегнати от застрахователно събитие. Само 6% от анкетираните са заявили, че имат доверие на застрахователните дружества.

Друго социологическо проучване, проведено през 2017 година (Соколова, 2017), показва следното:

- 39,8% от българите никога не са си купували какъвто и да е застрахователен продукт;
- 83,2% от лицата, сключвали някога застраховки, са си купили задължителната застраховка „Гражданска отговорност на автомобилистите“;
- само 33% от анкетираните са сключвали застраховка извън задължителната застраховка „Гражданска отговорност на автомобилистите“;
- доброволни застраховки се купуват рядко, предимно от високостатусни потребители, живеещи в столицата и областните центрове – 67% или всеки трети, живеещ там, сключва някакъв вид доброволна застраховка;
- над половината от потребителите с месечни доходи до 500 лв. не са използвали никога застрахователен продукт.

Националното представително проучване на Асоциацията на българските застрахователи, проведено през 2020 година (Асоциация на българските застрахователи, 2020), показва, че:

- преобладаващата част от анкетираните – 76% – определят нивото си на познания за застраховане като ниско (34%) или средно (42%). Едва 7% считат, че нивото им е високо, а 13% заявяват че нямат никакви познания;
- 70% от хората с висше или полувисше образование определят познанията си като средни или високи, докато този дял при лицата с основно образование е 14%;
- всеки втори анкетиран (53%) счита, че българските потребители не разбират ползата от застраховките и затова не си правят;
- преобладаващата част от младите активни потребители на възраст 18-24 години (65%) оценяват застрахователната си грамотност като липсваща или ниска;
- едва 28% от анкетираните знаят какво е застрахователна премия;
- по-малко от половината (44%) анкетирани знаят какво представлява застрахователната сума;
- близо три четвърти (71%) от анкетираните знаят какво е застрахователна полица;
- всеки пети (22%) не е наясно, че за да претендира да получи обезщетение за дадено събитие, трябва да се сключи полица, преди то да се е случило.

Резултатите от представените анкетни проучвания позволяват да се направи обобщението, че е налице значителна степен на неразбиране на застраховането като дейност, ползите от него и принципите, на които то се гради, непознаване на застрахователната терминология и слаба информираност относно застрахователните продукти. Незадоволителните застрахователни познания на българското население се явяват пречка пред информирания избор на потребителите и не позволяват по-голямо потребление на застрахователни услуги. Тези проблеми са предпоставка за предприемането на образователни интервенции от страна на заинтересованите институции с цел подобряване нагласите на обществото към застраховането, популяризиране на ползите от него, общо повишаване на застрахователната култура на населението. В тази връзка като значима може да се посочи ролята на висшето икономическо образование при формирането и повишаването на застрахователната грамотност. Установено е, че когато хората са образовани, те вземат по-добри и обосновани решения, в т.ч. и относно застрахователното потребление.

3. Някои възможности на висшите училища за формирането и повишаването на застрахователната грамотност

Висшето икономическо образование с фокус върху застраховането играе важна роля за осигуряване на знанията и уменията, необходими на потребителите за подобряване на разбирането им за принципите, на база на които функционира застраховането, за предлаганите застрахователни продукти, за ползата от застраховане като цяло. Тези знания и умения обуславят

отговорното финансово поведение, поемането на лична отговорност за собственото финансово бъдеще, вземането на по-добри застрахователни решения.

Висшите училища, в които се предлага обучение по застраховане, разполагат с разнообразни възможности за формиране и повишаване на застрахователната грамотност и следва да са активно ангажирани в този процес. Обект на техните инициативи в тази насока могат да са не само потребителите, но и предлагащите застраховки – застрахователите и застрахователните посредници. Затрудненото самостоятелно осмисляне на необходимостта и ползата от застраховането превръща служителите на застрахователните дружества и застрахователните посредници в неизменен участник в процеса по покупко-продажбата на застраховки. Разпространителите на застрахователни услуги познават пазара, на който работят, и разполагат с достоверна информация за неговото състояние. Те могат да направят професионална оценка на застрахователните потребности на клиентите си, да анализират рисковата им ситуация, да им предложат адекватно на нея рисково покритие и да ги насочат към услугите на финансово стабилен застраховател, с качествени застраховки, доказана коректност в отношенията със застрахованите и висок обществен и икономически имидж. Поради тази причина за постигането на висока застрахователна грамотност на българските потребители е важно на застрахователния пазар да работят висококвалифицирани кадри.

Като пример за възможни действия от страна на висшите училища в посока формиране и повишаване на застрахователната грамотност могат да се посочат следните:

- предлагане на висококачествено обучение по застраховане, подготвящо квалифицирани кадри за застрахователния пазар – за постигането му висшите училища следва да осигурят:

  - академични преподаватели, притежаващи необходимата квалификация и/или компетенции в областта на застраховането;

  - логически издържани в съдържателно отношение учебни планове, гарантиращи придобиването на общоикономически знания и специализирана професионална подготовка;

  - своевременно обновяване на учебното съдържание по дисциплините с цел поддържане на неговата актуалност;

  - разнообразни форми на практическо обучение на студентите (посещения на студентите в реална работна среда, майсторски класове и публични лекции, провеждани от представители на практиката, участие в стажантски програми и др.п.) за придобиване на практически навици и умения и повишаване на пригодността им за заетост;

  - включване в учебния процес на експерти от застрахователната практика с цел запознаване на студентите с актуални проблеми и новости в бизнеса, както и с изискванията на практиката към необходимите им кадри;

- извършване на активна научноизследователска дейност (работа по проекти и научни изследвания) в сферата на застраховането и имплементиране на резултатите от научните изследвания в учебния процес;
- организиране на научни форуми с представители на научните среди и застрахователната практика с фокус върху актуалните проблеми на застраховането, в т.ч. застрахователната грамотност на българското население;
- включване в образователни инициативи за повишаване на общата застрахователна грамотност на населението (проекти, информационни кампании, дискусии, семинари, интервюта, и др.п.) – самостоятелно или в партньорство с различни институции;
- участие на академични преподаватели при разработването на учебни програми по дисциплини, осигуряващи финансово и в частност застрахователно образование в средните училища, както и осигуряване на учебна литература по тези дисциплини;
- предлагане на специализирани обучителни курсове на застрахователна тематика, предназначени за ученици, студенти, учители, служители на застрахователни дружества и посредници, както и за други граждани с интерес към застраховането.

4. Заключение

Застрахователната грамотност има важно значение за застрахователното поведение на българските потребители. Притежаването на знания и умения в областта на застраховането развива положително отношение към потреблението на застрахователни услуги и повишава доверието към застрахователите.

Резултатите от проведените в периода 2007 – 2020 година в страната ни социологически проучвания, целящи да изследват нагласите към застраховането у нас и застрахователното потребление, показват незадоволително ниво на застрахователна грамотност сред българските потребители. Голяма част от анкетираните не осъзнават необходимостта от застрахователна защита, не познават достатъчно добре застрахователната терминология и предимствата на предлаганите застрахователни продукти, ограничават потреблението си до сключване на задължителни застраховки и сами определят познанията си за застраховането като недостатъчни.

Висшето икономическо образование разполага с разнообразен набор от възможности за предлагането на качествено обучение по застраховане и формирането и повишаването на общата застрахователна грамотност. В тази насока висшите училища могат да работят самостоятелно или в сътрудничество с други заинтересовани страни. Образователните инициативи могат да са насочени към широката общественост или да се фокусират върху определени групи – ученици, студенти, учители, работещи в сферата на застраховането и др.

Използвани източници

Allodi, E., Cervellati, E., & Stella, G. (2020). A new proposal to define insurance literacy: Paving the path ahead. *Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions, 10*(4), 22-32. Retrieved from https://virtusinterpress.org/A-new-proposal-to-define-insurance-literacy-Paving-the-path-ahead.html

EIOPA. (2011). *Report on Financial Literacy and Education Initiatives by Competent Authorities.*

OECD. (2020). *Recommendation of the Council on Financial Literacy, OECD/LEGAL/0461.* Извлечено от https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0461

Асоциация на българските застрахователи. (2020). *Нагласи към застраховането и застрахователна грамотност.* Извлечено от https://www.abz.bg/public/uploads/files/abz-national-survey-2020-analytical_2.pdf

Каменов, Б. (2008). Застрахователната култура на българина е в пряка връзка със стандарта на живот у нас. Извлечено от www.zastrahovatel.com/statia.php?mysid=2141&t=4

Панева, А. (2017). *Застрахователен пазар.* В. Търново: Фабер, ISBN: 978-619-00-0653-4.

Панева, А. (2023). *Застрахователно посредничество.* Свищов: АИ Ценов, ISBN: 978-954-23-2348-8.

Соколова, Ц. (2017). 40% от българите никога не са имали застраховка. Извлечено от https://www.mediapool.bg/40-ot-balgarite-nikoga-ne-sa-imali-zastrahovka-news270735.html