85 години

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Том I

85 години

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

„Димитър А. Ценов" - Свищов

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

8-9 ноември 2021 г.

Том I



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Свищов, 8-9 ноември 2021 г.

Посветена на 85 години от създаването
на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“

Сборник с доклади

ТОМ I

Международната научно-практическа конференция е организирана в изпълнение проект НФ-2-2021 „Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век – тенденции и предизвикателства“, финансиран със средства по Наредба на МОН за насърчаване на научно-изследователската дейност

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2021

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ
Проф. д-р Марияна Божинова
Ректор на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ - председател
Проф. д. н. Борислав Борисов
Проф. д. н. Божидар Божинов
Проф. д-р Стоян Проданов
Доц. д-р Галина Чиприянова
Доц. д-р Здравко Любенов
Доц. д-р Иван Марчевски
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Катя Личева
Доц. д-р Людмил Несторов
Доц. д-р Марина Николова
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Силвия Костова
Доц. д-р Христо Сирашки

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Румен Ерусалимов - *председател*
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова
Гл. ас. д-р Асен Божиков

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ
Проф. д-р Любчо Варамезов - *председател*
Проф. д-р Анета Денева
Проф. д-р Атанас Атанасов
Проф. д-р Йордан Василев
Проф. д-р Красимир Шишманов
Проф. д-р Маргарита Богданова
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Александър Ганчев
Доц. д-р Венцислав Василев
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Румен Ерусалимов
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова

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

ISBN 978-954-23-2067-8 (print)
ISBN 978-954-23-2068-5 (online)

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS – SVISHTOV

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND SOCIO-ECONOMIC COHESION IN THE 21ST CENTURY: TRENDS AND CHALLENGES

Svishtov, 8th - 9th November 2021

Dedicated to the 85th anniversary since the establishment of D. A. Tsenov Academy of Economics

Conference Proceedings

VOLUME I

The international scientific and practical conference has been organized as implementation of project SF-2-2021 "Sustainable Development and Socio-Economic Cohesion in the 21st Century: Trends and Challenges", financed with funds by Ordinance of the Ministry of Education and Science for encouraging scientific research

Tsenov Academic Publishing House
Svishtov
2021

PROGRAM COMMITTEE
Prof. Mariyana Bozhinova, Ph.D.
Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics
Prof. Borislav Borissov, D.Sc.
Prof. Bozhidar Bozhinov, D.Sc.
Prof. Stoyan Prodanov, Ph.D.
Assoc. Prof. Galina Chipriyanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov, Ph.D.
Assoc. Prof. Ivan Marchevski, Ph.D.
Assoc. Prof. Irena Emilova, Ph.D.
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, Ph.D.
Assoc. Prof. Katya Licheva, Ph.D.
Assoc. Prof. Lyudmil Nestorov, Ph.D.
Assoc. Prof. Marina Nikolova, Ph.D.
Assoc. Prof. Plamen Petkov, Ph.D.
Assoc. Prof Silviya Kostova, Ph.D.
Assoc. Prof Hristo Sirashki, Ph.D.

ORGANIZING COMMITTEE
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D., Chairman
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovksi, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.
Head Asst. Asen Bozhikov, Ph.D.

EDITORIAL COMMITTEE
Prof. Lyubcho Varamezov, Ph.D., Chairman
Prof. Aneta Deneva, Ph.D.
Prof. Atanas Atanasov, Ph.D.
Prof. Yordan Vasilev, Ph.D.
Prof. Krasimir Shishmanov, Ph.D.
Prof. Margarita Bogdanova, Ph.D.
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Aleksandar Ganchev, Ph.D.
Assoc. Prof. Ventsislav Vassilev, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovski, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.

The published materials have been reviewed. The authors are responsible for the content and layout of their papers, the opinions expressed, the data used and the sources cited.

ISBN 978-954-23-2067-8 (print)
ISBN 978-954-23-2068-5 (online)

СЪДЪРЖАНИЕ

ТОМ I

ПЛЕНАРНИ ДОКЛАДИ

ПЪТЯТ КЪМ УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНА КОХЕЗИЯ –
МАКРОИКОНОМИЧЕСКИ РИСКОВЕ И БАРИЕРИ
Проф. д.ик.н. Димитър М. Иванов …… 7

ПРОБЛЕМАТИЧНОТО РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА
Проф. д-р Митко Димитров …… 31

ФИНАНСИ, ИКОНОМИКС, ЗАСТРАХОВАНЕ И ОСИГУРЯВАНЕ

ИКОНОМИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА УПРАВЛЕНИЕТО
НА ПУБЛИЧНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИМОТИТЕ –
ДЪРЖАВНАТА И ОБЩИНСКА СОБСТВЕНОСТ
Проф. д.н. Борислав Борисов …….. 51

СИСТЕМНО-СТРУКТУРНЫЙ КРИЗИС И ЕГО ПРОЯВЛЕНИЕ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19
д.э.н., профессор, Зверяков Михаил Иванович …… 59

ИЗМЕРВАНЕ ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА ПАНДЕМИЯТА
ОТ COVID-19 ВЪРХУ КОРПОРАТИВНИТЕ ПОЛИТИКИ
ЗА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ В БЪЛГАРИЯ
Проф. д-р Андрей Захариев …… 67

ОБЛАГОРОДЯВАНЕ НА ПЛОСКИЯ ДАНЪК В БЪЛГАРИЯ
Проф. д-р Румен Брусарски …… 75

ДВИЖЕЩИ СИЛИ НА ИНТЕГРАЦИЯ В ГЛОБАЛНИТЕ ЦИФРОВИ ВЕРИГИ
ЗА СЪЗДАВАНЕ НА ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ
Проф. д-р Сава Димов …… 83

ЕФЕКТИ ОТ ПРОГРАМАТА НА ЕЦБ ЗА ЗАКУПУВАНЕ НА АКТИВИ
В УСЛОВИЯТА НА ИЗВЪНРЕДНА СИТУАЦИЯ, ПРИЧИНЕНА ОТ ПАНДЕМИЯ
Проф. д-р Силвия Трифонова …… 95

ТЕСТВАНЕ НА КОРЕКТИВНИ ВЕРОЯТНОСТНИ МОДЕЛИ
ЗА ОЦЕНЯВАНЕ НА ЕВРОПЕЙСКИ ОПЦИИ ВЪРХУ АКЦИИ
Проф. д-р Стефан Симеонов, Д-р Теодор Тодоров …… 108

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНЦЕНТРАЦИЯ НА БЪЛГАРСКИЯ
ОБЩОЗАСТРАХОВАТЕЛЕН ПАЗАР (2011-2020 г.). СТРУКТУРЕН АНАЛИЗ
И ЕМПИРИЧНИ НАБЛЮДЕНИЯ
Проф. д-р Стоян Проданов …… 116

THE IMPLEMENTATION OF GOALS OF BALANCED DEVELOPMENT
OF POLAND AGAINST THE CHALLENGES AND DANGERS
OF WASTE MANAGEMENT
Assoc. Prof. Ireneusz T. Dziubek, Dr Tatiana Manasterska 126

MODERN FEATURES OF TRUST ASSET MANAGEMENT
Postgraduate student Stanislav Perminov, Assoc. Prof. Deniss Djakons, PhD 136

ИНДУСТРИЯТА НА ХЕДЖ ФОНДОВЕТЕ В ЕРАТА
НА РАЗХЛАБЕНИТЕ ПАРИЧНИ ПОЛИТИКИ И COVID-19
Доц. д-р Александър Ганчев 142

РАЗНОСКИТЕ КАТО НЕДЕЛИМА ЧАСТ ОТ АНАЛИЗА
НА РЕЗУЛТАТИТЕ ПО ИМУЩЕСТВЕНО ЗАСТРАХОВАНЕ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Венцислав Василев 150

ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ
УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И РАЗВИТИЯ
Кандидат экономических наук, доцент Шараг Елена Сергеевна 159

СТРАТЕГИЧЕСКИ ДЕЙСТВИЯ НА БЪЛГАРСКИТЕ СТОПАНСКИ
ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯТА НА ПАНДЕМИЯ ОТ COVID-19
Доц. д-р Илиан Минков 166

ИНСТИТУЦИИ И НЕРАВЕНСТВО
Доц. д-р Калин Господинов 174

ПОВЕДЕНЧЕСКИ ПОДХОД КЪМ ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ -
ВЪЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ
Доц. д-р Калоян Колев 181

ПРОБЛЕМИ НА ЛОЯЛНОСТТА В БАНКОВИТЕ ИНСТИТУЦИИ
ПРИ СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ
Доц. д-р Катя Личева 190

ЦЕЛЕСЪОБРАЗНОСТ И ЕФЕКТИ
НА МЕЖДУРЕГИОНАЛНАТА ДАНЪЧНА КОНКУРЕНЦИЯ
Доц. д-р Людмил Найденов 196

ВЪЗМОЖНИ ГРЕШКИ ПРИ ВЪЗЛАГАНЕТО
НА ОБЩЕСТВЕНИ ПОРЪЧКИ В БЪЛГАРСКАТА ПРАКТИКА
Доц. д-р Марин Маринов, Красимир Парашкевов 204

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ДЪЛГОСРОЧНИТЕ ГРИЖИ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Николай Нинов 210

ЕФЕКТИ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID ВЪРХУ ЗДРАВНИТЕ РАЗХОДИ
Доц. д-р Николай Атанасов 219

ПОДХОДИ И ПРАКТИКА НА ДЪРЖАВНОТО ФИНАНСИРАНЕ
НА ПУБЛИЧНОТО ПЕНСИОННО ОСИГУРЯВАНЕ
Доц. д-р Пламен Йорданов, **Гл. ас. д-р Маргарита Николова** 230

ФИСКАЛНИТЕ ОБЛЕКЧЕНИЯ ЗА ЛИЦА С УВРЕЖДАНИЯ КАТО ПРИКРИТИ
СОЦИАЛНИ ПЛАЩАНИЯ ПРИ ИНВАЛИДНОСТ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Пламен Йорданов, Ас. д-р Йордан Йорданов,
Докторант Жанета Ангелова 238

ОТРАЖЕНИЕ НА КОВИД-19 ВЪРХУ ЗАСТРАХОВАТЕЛНИТЕ ПЛАЩАНИЯ
ПО ЗАСТРАХОВКА „КАСКО“ НА МПС В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Румен Ерусалимов 246

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВЕДЛИВОСТ –
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ
Доц. д-р Силвия Топлева 251

ДЪЛГОСРОЧНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ЕФЕКТИ
НА ПАНДЕМИИТЕ – УРОЦИ ОТ НЯКОИ ПРЕДХОДНИ КРИЗИ
Гл. ас. д-р Александър Б. Тодоров 258

ЕВРОФИНАНСИРАНЕТО КАТО СРЕДСТВО ЗА ПОВИШАВАНЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ СЕКТОР
„ПРОИЗВОДСТВО НА ОБЛЕКЛО ОТ ТЕКСТИЛ“
Гл. ас. д-р Ангелина Терзиева 266

НЯКОИ АСПЕКТИ НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА COVID-19
ВЪРХУ БЪЛГАРСКИЯ ЗАСТРАХОВАТЕЛЕН ПАЗАР
Гл. ас. д-р Анелия Панева 274

ПАЗАРЪТ НА ЗДРАВНО ЗАСТРАХОВАНЕ В БЪЛГАРИЯ –
СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ
Гл. ас. д-р Валентина Нинова 281

ФИСКАЛНА ИНТЕГРАЦИЯ В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ –
НЕОБХОДИМОСТ, УСЛОВИЯ И ЕФЕКТИ
Гл. ас. д-р Димитър Костов 289

БЪЛГАРИЯ ПО ПЪТЯ КЪМ ЕВРОЗОНАТА
Гл. ас. д-р Петя Василева 297

ДИНАМИКА НА ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ НА БЪЛГАРИЯ
СЪС СТРАНИТЕ ЧЛЕНКИ НА ЕВРОСЪЮЗА
Гл. ас. д-р Сергей Радуканов 304

ПРОМЕНЯЩИТЕ СЕ РОЛИ НА ФИСКАЛНАТА И ПАРИЧНАТА ПОЛИТИКА
В СВЕТЛИНАТА НА COVID-19 В СТРАНИ С РАЗЛИЧЕН ПАРИЧЕН РЕЖИМ
Гл. ас. д-р Соня Георгиева 310

АСПЕКТИ НА НАЦИОНАЛНАТА ПОЛИТИКАТА
ПО ЗАЕТОСТТА И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА ПРЕД НЕЯ
Гл. ас. д-р Таня Илиева ……..……..……..……..… 320

ПОВЕДЕНЧЕСКИ ИНВЕСТИЦИОННИ СТРАТЕГИИ –
ВЪЗМОЖНОСТ ЗА УСТОЙЧИВИ РЕЗУЛТАТИ
ОТ АКТИВНО ИНВЕСТИРАНЕ
Гл. ас. д-р Цветан Павлов ……...……. 325

ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ПРЕД БЪДЕЩИТЕ ПЕНСИОНЕРИ
В КОНТЕКСТА НА НОРМАТИВНИТЕ ПРОМЕНИ ВЪВ ВТОРИ СТЪЛБ
НА ПЕНСИОННИЯ МОДЕЛ В БЪЛГАРИЯ
Ас. д-р Йордан Йорданов ……...……. 334

ПАЗАРЪТ НА БАНКОВИ ДЕПОЗИТИ В БЪЛГАРИЯ:
ДИНАМИКА И СТРУКТУРНИ ИЗМЕНЕНИЯ
Ас. д-р Радослав Къновски …….....……. 340

ОЦЕНКА НА УСТОЙЧИВОСТТА НА АГРАРНИЯ СЕКТОР
В БЪЛГАРИЯ
Д-р Антон Сотиров, **Д-р Никола Пищалов** …….....……. 347

НАДНОРМЕНОТО ТЕГЛО И ЗАТЛЪСТЯВАНЕТО
КАТО РИСКОВ ФАКТОР ЗА ЗДРАВЕТО
Д-р Орлин Цветков …….....…….……. 354

МЕРКИ НА ФЕДЕРАЛНИЯ РЕЗЕРВ НА САЩ
ЗА ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА COVID-19
Д-р Свилен Колев .....…….……. 359

STATE AID ENFORCEMENT LAW IN THE ENERGY SECTOR
IN ALBANIA
Lecturer of Law, **Dr. Anduena Gjevori** ……..…….……. 366

БАНКОВАТА ТАЙНА КАТО КОМПОНЕНТА НА БАНКОВАТА
СИГУРНОСТ – ФИНАНСОВО-ПРАВНИ АСПЕКТИ
Преп. Игнат Папазов ……..…….……. 374

THE HISTORICAL EVOLUTION OF THE GOVERNMENT
SECURITIES MARKET IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA
Olesea Speian, PhD Student ……..……...…….……. 378

ПРОМЕНИ В ЕВРОПЕЙСКИТЕ РЕГУЛАТОРНИ КАПИТАЛОВИ
ИЗИСКВАНИЯ ЗА ПОКРИТИ ОБЛИГАЦИИ В УСЛОВИЯТА НА КРИЗА
Докторант Борислав Киров ..……...……..……. 386

АВТОМОБИЛНИЯТ ПАЗАР В БЪЛГАРИЯ И МЯСТОТО
НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДСТАВИТЕЛСТВА НА НЕГО
Докторант Ваня Галчева ……...……. 393

ЕФЕКТИ ВЪРХУ ПАРИЧНАТА ПОЛИТИКА В РЕЗУЛТАТ
ОТ НАМАЛЯВАНЕТО НА НАЛИЧНИТЕ ПАРИ В ОБРАЩЕНИЕ
Докторант Владимир Сиркаров ……..……. 398

ВЛИЯНИЕ НА КОЕФИЦИЕНТА P/E И ДИВИДЕНТНАТА
ДОХОДНОСТ ВЪРХУ ЦЕНИТЕ НА АКЦИИТЕ
НА БЪЛГАРСКИЯ КАПИТАЛОВ ПАЗАР
Докторант Владислав Любенов …….....…… 405

ВЪЗМОЖНОСТ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА МСП
В УСЛОВИЯТА НА ПАНДЕМИЯ
Докторант Даниел Данчев …….....…… 413

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СОЦИАЛНОТО ОСИГУРЯВАНЕ
ЧРЕЗ ГРАНИЦИТЕ НА ОСИГУРИТЕЛНИЯ ДОХОД
Докторант Жанета Ангелова .....…… 421

ЦИФРОВАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО – СРЕДСТВО
ЗА ПОДОБРЯВАНЕ КАЧЕСТВОТО НА ЖИВОТ И РАДИКАЛНА
ПРОМЯНА НА НАЧИНА НА ПРЕДОСТАВЯНЕ НА МЕДИЦИНСКИ
И ЗДРАВНИ ГРИЖИ
Докторант Живка Петрова .....…… 429

ДЕБАТЪТ МЕЖДУ БАНКОВАТА И ВАЛУТНАТА ШКОЛА ОТ 19-И ВЕК –
ХАРАКТЕРИСТИКИ И ПАРАЛЕЛИ СЪС СЪВРЕМЕННИТЕ
МОНЕТАРНИ РЕАЛНОСТИ
Докторант Кузман Илиев .....…… 438

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД МЕНИДЖМЪНТА НА ЛЕЧЕБНИТЕ
ЗАВЕДЕНИЯ В УСЛОВИЯ НА ПАНДЕМИЯ ОТ COVID-19
(ПО ПРИМЕРА НА УНИВЕРСИТЕТСКА МНОГОПРОФИЛНА БОЛНИЦА
ЗА АКТИВНО ЛЕЧЕНИЕ „СЪРЦЕ И МОЗЪК“ – ПЛЕВЕН)
Докторант Люба Митева .....…… 446

БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИИТЕ – ГОЛЕМИТЕ ПОЛЗИ
ЗА МАЛКИТЕ БАНКИ
Докторант Марина Милинова .....…… 453

ОТРИЦАТЕЛНИ ЛИХВЕНИ НИВА – ЕМПИРИЧЕН ОПИТ
Докторант Милена Пешева .....…… 460

ФИНАНСОВИЯТ ФЕЪРПЛЕЙ В ЖЕНСКИЯ ФУТБОЛ –
НЕОБХОДИМОСТ ИЛИ ВЪЗМОЖНОСТ
Докторант Нено Ненов ……..…… 468

ОТРАЖЕНИЕ НА КОВИД-19 ВЪРХУ ПРЕМИЙНИЯ ПРИХОД
ПО ЗАСТРАХОВКА „КАСКО“ НА МПС В БЪЛГАРИЯ
Докторант Николай Илиев ….…… 474

РАЗВИТИЕ НА ИМУЩЕСТВЕНОТО ЗАСТРАХОВАНЕ В БЪЛГАРИЯ
ПРЕЗ ПРИЗМАТА НА ПРЕЗАСТРАХОВАТЕЛНИТЕ ОТНОШЕНИЯ
Докторант Радка Василева ….…… 480

КОНСОЛИДАЦИЯТА НА БАНКОВИЯ СЕКТОР
В БЪЛГАРИЯ КАТО ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВОСТ
Докторант Рая Драгоева ……..…… 488

ИНСТРУМЕНТИ ЗА ПРЕВЕНЦИЯ НА ДАНЪЧНИТЕ ИЗМАМИ
ПРИ ТЪРГОВИЯТА С ГОРИВА И НЕФТОПРОДУКТИ
Докторант Стефан Пешов .....……. 496

ПРОГНОЗИРАНЕ НА ПУБЛИЧНИТЕ ФИНАНСИ -
ОТКЛОНЕНИЕ НА ФАКТИЧЕСКОТО ИЗПЪЛНЕНИЕ
НА КОНСОЛИДИРАНАТА ФИСКАЛНА ПРОГРАМА
СПРЯМО ЗАКОНА ЗА БЮДЖЕТА НА БЪЛГАРИЯ
Докторант Юлиан Войнов .....……. 501

СЧЕТОВОДСТВО, КОНТРОЛ, ОДИТ, СТАТИСТИКА И МАТЕМАТИКА

ЗА РОЛЯТА И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА
ПРИ ДОКУМЕНТИРАНЕТО В СЧЕТОВОДСТВОТО
Проф. д-р Атанас Атанасов .....……. 511

ОСОБЕНОСТИ ПРИ СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ
НА СТОКИТЕ В УСЛОВИЯТА COVID-19
Доц. д-р Галя Иванова – Кузманова .....……. 517

АКТУАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
ПРЕД СЧЕТОВОДНАТА ПРОФЕСИЯ В КОНТЕКСТА
НА ПРОМЕНИТЕ СЛЕД БРЕКЗИТ
Доц. д-р Галина Чиприянова, Д-р Марий Стоянов .....……. 524

КЪМ НОВ ПОДХОД В ОБУЧЕНИЕТО
ПО МЕЖДУНАРОДНИ СТАНДАРТИ ЗА ФИНАНСОВО ОТЧИТАНЕ
Доц. д-р Диана Ималова, Доц. д-р Венцислав Вечев .....……. 532

СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРИЯ В КОНТЕКСТА
НА ЦЕЛИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ – СТАТИСТИЧЕСКИ АСПЕКТИ
Доц. д-р Красимира Славева .....……. 541

СТАТИСТИЧЕСКИ АНАЛИЗ НА ЗАВИСИМОСТТА МЕЖДУ
ЦИФРОВИЗАЦИЯТА НА ИКОНОМИКАТА И ИКОНОМИЧЕСКИЯ РАСТЕЖ
Доц. д-р Маргарита Шопова, Гл. ас. д-р Евгени Овчинников,
Гл. ас. д-р Тихомир Върбанов .....……..…. 549

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ СПОРАЗУМЕНИЯ ЗА СВОБОДНА
ТЪРГОВИЯ С ТРЕТИ СТРАНИ И ЗНАЧЕНИЕТО ИМ ОТ ПОЗИЦИЯТА
НА МИТНИЧЕСКИЯ КОНТРОЛ В ЕС
Доц. д-р Момчил Антов .....……..…. 557

INNOVATIVE METHODS FOR ACCOUNTING EDUCATION –
EXPERIENCE AND GLOBAL LESSONS LEARNED
Assoc. Prof. Nadya Velinova-Sokolova, PhD ……..……..…..…. 564

ПРОБЛЕМИ НА ЛОЯЛНОСТТА В БАНКОВИТЕ ИНСТИТУЦИИ ПРИ СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ

Доц. д-р Катя Личева[1]

Резюме: *Съвременните тенденции и предизвикателства в развитието на обществата и икономиката налагат холистичен подход към проблемите. Разработката се фокусира върху лоялността на банковите институции при взаимоотношенията с клиентите. Изясняват се ключови ценности, морални стандарти, отговорности, подходи за повишаване потребителската удовлетвореност и лоялност.*

Ключови думи: *отговорност, лоялност, сигурност, банки, взаимоотношения с клиенти*

JEL: G29

PROBLEMS OF LOYALTY IN BANKING INSTITUTIONS THROUGH MODERN CONDITIONS

Assoc. Prof. Katya Licheva, PhD

Summary: *Current trends and challenges in the development of societies and the economy require a holistic approach to the problems. The development focuses on the loyalty of banking institutions in customer relations. Key values, moral standards, responsibilities, approaches to increase customer satisfaction and loyalty are clarified.*

Key words: *responsibility, loyalty, security, banks, customer relations*

JEL: G29

Въведение

Тенденциите и предизвикателствата в развитието на обществата и икономиката през 21-ви век налагат подчертано внимание към проблемите от хуманитарно естество. Лансира се идеята за устойчиво развитие във всички сфери и усилията се насочват към нейното практическо претворяване. В условията на засилваща се конкуренция в сферата на финансите това изисква да се изведе напред проблемът за принципите на изграждане на взаимоотношенията с клиентите. Водещите банки в света разработват своя стратегия на взаимоотношенията с клиентите, като анализират многопосочно влияещите върху тях фактори. В духа на приоритетите се изготвят стандарти за обслужване, свързани с поемането на сериозни социални и морални отговорности. (Личева, Проблеми на финансовата етика, 2012, стр. 83). Очертава се една нова организационна философия в инвестиционната

[1] K.licheva@uni-svishtov.bg, Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ - Свищов

индустрия, атрибут на която е *холистичният подход*. Стремежът е да се отчетат всички аспекти и взаимозависимости, да се обхванат най-пълно дейностите по привличането на клиенти, поддържането и подобряването на връзките в дългосрочен план, да се осигури оптималното комплексно обслужване, засилване степента на удоволетвореност от ползването на финансовите продукти и услуги. Разгръща се борбата за доверие, а маркетингът на взаимоотношенията се концентрира върху управление на удоволетвореността на клиентите посредством повишаване качеството на обслужване.

1. Лоялността

Лоялността е изключително сложно, многоизмерно и трудно обяснимо явление в обществото. То е свързано с попадането на човека в система от взаимозависимости. В деловия живот лоялността е важно качество и особена ценност. Тя е преди всичко *ангажираност към определена общност, особен тип отношение на доверие и преданост.*

Лоялност идва от фр. „loyal“ - законност, почтеност, верноподанност. Най-общото разбиране за лоялността е „вярност, преданост“, но не въобще, а „към някого или нещо“.

Сред най-често срещаните разбирания за лоялността са: (Григоров, 2011, стр. 47) : 1/Лоялен е онзи, „който спазва установените в дадено място и време закони и обществени норми“. 2/Лоялен – „верен, почтен, добросъвестен към някого“. 3/Лоялността се тълкува като почтеност, чест и безукорност при спазването на правила, договорености и отношения между хората. „Лоялност“ се налага в българския език сравнително късно (през последните десетилетия) и до голяма степен чрез бизнес-терминологията, идваща от Запада. В буквален смисъл се асоциира с „вярност“.

Измеренията на лоялността в широк план засягат съзнанието на личността. Параметрите на лоялността на хората в една общност се определят от нейните правила, утвърдения начин на мислене и поведение.

Личността е своеобразна пресечна точка на морални противоречия, средоточие на интереси и мотиви. Тя се намира в положение на вътрешно раздвояване между различни по характера си ценности. (Личева, Ценности, морал и сигурност в обществото г., Т. 5, 2017, р. 30). Не е еднопосочна. Тя не се ограничава до отношенията към една организация, а представлява „широка и многообразна мрежа от отношения, която конституира ценността и качеството на живота на всеки индивид“. (Сотирова, 1995)

2. Лоялността, банковите институци и задържането на клиенти

Съвременните банки са сложни образувания, в които се пресичат икономически, социални и други взаимоотношения. Те взаимодействат с институции и среди в областта на икономиката, политиката, науката, технологиите, правото, здравеопазването; взаимодействат помежду си и с всеки отделен гражданин; взаимодействат с държавата и са включени в обхвата на

държавната политика по отношение на икономиката. Оттук произтича подчертаната отговорност към въпросите на лоялността, а също и на сигурността.

В банково-кредитното дело основни „стратегически пунктове“ на лоялността като двупосочно явление са: собствените служители, клиентите, партньорите, държавата. Те се определят от насочеността на различните интереси към банката като средоточие на огромно количество финансови ресурси. Комуникациите са интерактивни по характера си.

По отношение на потребителите лоялността се свързва с желанието за привличане и задържане на клиенти, на които институцията може да разчита за успеха си. (Личева, Банките в съвременните условия и изграждане на отношенията с клиентите., 2012)

Много често задържането на клиентите на банката се асоциира с клиентската лоялност. Различните форми на лоялност са ответни реакции на проявената загриженост, всеотдайност, коректност, компетентност и професионализъм в общуването. Стремежът е у клиента да се култивира усещането, че бъдещето на двете страни е общо – основано на дългосрочни и общи интереси и взаимно изгодни отношения. Постулатът, че „клиентът винаги е прав“ е израз на възприемането на *отворена нагласа* към него, на доброжелателност и деклариране на уважение.

Във връзка с формите на потребителската лоялност се сочат (Тим Кепитал Консул Хюмън България, 2010):

1/ Потенциален клиент, изискващ активен консултантски подход.

2/ Клиент - индивид, купуващ стока/услуга, но не задължително с формирана лоялност, мобилен и загубван при неудовлетворяване на очакванията.

3/ Редовен клиент - на базата на достатъчно ниво на удовлетвореност поддържащ последващи покупки/транзакции и обвързан с институцията.

4/ Поддръжник- клиент, склонен към толерантност и разбиране при наличие на проблем, относително лоялен.

5/ „Адвокат“. Адвокатстването се счита за висша форма в „стълбицата“ на клиентска лоялност. Толерантността към организацията е максимална, клиентът вярва в институцията, застава зад нея, активно я препоръчва.

Целта на взаимоотношенията с потребителите е да се програмира потребителската лоялност като те бъдат превърнати от потенциални клиенти в клиенти, впоследствие – в поддръжници и нейни адвокати. Определящо е развиването на положително отношение към банката, чрез разгръщане на удовлетворяващи взаимоотношения.

На базата на практиката могат да се разграничават *„истинска лоялност“ и „разделена лоялност“*. При истинската лоялност потребителят купува от една и съща марка. Разделената („полигамна“) лоялност е лоялност към няколко компании едновременно. Откроява се и категория потребители,

предпочитащи „безразборните контакти“. (Блэкуэлл, Миниард, & Энджел, 2010).

Изследователите на лоялността в бизнеса се опитват да установят връзката между отношението, основано на по-висока или по-ниска привързаност на клиентите и повтаряемостта на покупките. Привързаността е най-висока, когато потребителят проявява определено предпочитание към продуктите и услугите на съответната институция и ясно ги разграничава от тези на други подобни институции. Това може да е свързано с: истинска лоялност, латентна лоялност, фалшива лоялност или лоялността въобще да отсъства. Понякога се наблюдава „*инертна*“ лоялност, кореняща се във високата степен на консервативност на някои хора, навиците, липсата на вяра в останалите доставчици. Отсъства истинско недоволство и е възможно тя да прерасне в по-висока форма на лоялност при адекватен подход за повишаване нивото на удовлетвореност.

3. Проблеми с лоялността и загуба на клиенти

Клиентите напускат по различни причини, но развиването на лоялността би могло чувствителна да ограничи този процес. Появата на проблем е достатъчна за загубата на клиент с ниска степен на привързаност и лоялност. Част от клиентите са склонни да положат усилия за намиране решение на своите проблеми и биват задържани ако отговорът на институцията е удовлетворителен. Активно се включва емоционалната сфера на клиентите. Степента на застъпването на емоциите обаче силно варира при различните психологически типове и ситуации – в диапазона между разочарованието, нервността, явното разстройване, бурно изразеният гняв и други афекти. Предизвикани първоначално от конкретен проблем, емоционалните реакции могат да се засилват или затихват взависимост от реакциите на институцията. Те са в основни линии производни на изградената политика и стандарти за влизане в отношения. Дори и при сравнително толерантни към грешките клиенти, с течение на времето се очакват прояви на все по-ниска толерантност към неадекватни и особено неетични реакции на банката.

Клиентът оценява своите отношения с институцията отчитайки: проблемите, реакциите на банката, нивото на очакванията си и наличните алтернативи. Напускането е следствие от неоткриване задоволително решение, натрупани отрицателни емоции и загуба на доверие. (Харисън, 2004, стр. 51)

Стоун и Удкок приемат, че процесът на развитие на взаимоотношенията се изгражда от осем отделни фази:

1. *Набиране* на потенциални клиенти. 2. *Посрещане.* 3. *Опознаване*. (От тази фаза зависи еволюцията на взаимоотношенията и затова е необходимо да се отдели достатъчно време и внимание – банките да се съсредоточат върху нуждите на клиентите, а не толкова върху това, какво самите те биха

искали да продават). 4. *Управление на взаимоотношенията* (свързано с текущо задоволяване на нуждите, с развитие на положителното отношение към институцията и превръщане на клиентите в активни поддръжници. 5. *Интензивна грижа*. 6. Раздяла. 7. Обратно спечелване. (Stone, Stone, & Woodcock, 1997)

На практика се проявяват чести симптоми за неправилно управление на взаимоотношенията, за неадекватни подходи, за проблеми с комуникациите, даващи силно отражение върху клиентската лоялност.

В плановете на банковите институции за „управление на лоялността“ и задържане на клиентите фигурират следните моменти: Измерване задържането на клиенти; установяване на мотивите за напускане; анализиране на оплакванията и данните от пазарни проучвания; идентифициране на бариерите пред смяната на доставчика. (DeSouza, 1992, pp. 24-31) Ключовият момент според нас е свързан с идентифицирането на причините за загуба на клиентите. Сред тях се сочат стандартни мотиви като: продуктите, пазарът, технологиите, но все повече като значими мотиви намират място: обслужването и организацията. Недоволството от обслужването се явява втори по важност мотив за напускане.

Заключение

Клиентите могат да бъдат: доволни, безразлични, неудовлетворени. При своевременно коригиране на причините за недоволството неудовлетворените клиенти закономерно преминават в групата на доволните, впоследствие – на доволните и лоялни клиенти. В обратния случай се очаква движение в противоположната посока - отлив на клиенти.

Банковите институции трябва да бъдат по-ангажирани по отношение общите интереси на клиентите. В този дух стремежът на водещите банки е да изградят лоялна клиентска база от хора със сходни възгледи, основаващи се на тяхната обща етика, ценности, морални стандарти.

Необходимо е специално да се подчертае, че просперитетът в условията на глобални предизвикателства в съвременните общества и трансформации на финансовите пазари налага специално отношение към изискванията на морала. Така ще бъде възможно очертаването на пътища за позитивни промени. Финансовата етика е алтернатива на общоприети разбирания и представи, предлагаща подход за адаптация към променените потребности и очаквания на клиентите. Тя изисква от банковите институции да развиват цивилизован начин на мислене, поведение и встъпване в отношения, обединявайки морал, ценности, култура и стратегия.

Използвани източници

Бауман, З. (2001). Постмодерната етика. София.

Блэкуэлл, Р., Миниард, П., & Энджел, Д. (2010). Поведение потребителей. Москва.

Григоров, В. (2011). Лоялност и сигурност. София.
Дубровин, И. (2012). Поведение потребителей. Москва.
Консул Тим Кепитал Хюмън България. (2010).
Личева, К. (2012). Банките в съвременните условия и изграждане на отношенията с клиентите. 20 години инвестиции в бъдещето: Юбилейна международна научно-практическа конференция - 18-19 май В. Търново.
Личева, К. (2012). Проблеми на финансовата етика. Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката: Международна научна конференция, - Варна, 83.
Личева, К. (2017). Ценности, морал и сигурност в обществото г., Т. 5. Актуални проблеми на сигурността: Научна конференция - В. Търново, 26-27 октомври 2017, 30.
Прайснер, А. (2011). Мениджмънт на клиентите. София: 56-61.
Сотирова, Д. (1995). Бизнес етика. София.
Харисън, Т. (2004). Маркетинг на финансовите услуги. София.
Aaker, D., Kumar, V., Day, G., & Robert, L. (2010). *Marketing Research.* Wiley.
Bergler, L. (2007). *Consumer Behavior.* L.A.
Christofer, M., Payne, A., & Ballantyne, D. (1991). *Relationship Marketing: bringing quality customer Service and Marketing together.* Oxford.
DeSouza, G. (March/April 1992 r.). Designing a Customer Retention Plan. *Journal of Business Strategy*, стр. 24-31.
Freud, Z. (2014). *Pshology of the unconscious.* Sofia.
Griffin, J. (1995). *Customer Loyality: How to Earn in, Now to Keep it.* Lexington.
Safeer, A., Yuanqiong, H., Abrar, M., Shabbir, H., & Rasheed, H. (Vol 6 2021 r.). Role of Brand Experience in Predicting Consumer Loyalty. *International Journal of Bank Marketing,*.
Stone, M. a., Stone, M., & Woodcock, N. (1997). *Winning New Customers in Financial Services Using Relationship Marketing and Information Technology in Customer Services, Pitman in association with IBM,*. London.