
ФИНАНСОВАТА ГРАМОТНОСТ НА КЛИЕНТИТЕ – ВАЖЕН ФАКТОР ЗА УСПЕШНА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА БАНКИТЕ

Ренета Маринова Димитрова¹

¹Нов български университет – София, България

E-mail: r.dimitrova@nbu.bg

Резюме: Дигитализацията на банковата дейност и възможностите, които дава на своите клиенти, е важен аспект на банковата дейност вече години наред. И тя следва световните тенденции. Банките са едни от финансовите институции, които работят активно в тази посока, за да не отстъпват на световния електронен бизнес, който върви напред. Успешната банкова дигитализация зависи от редица фактори и един от тях е финансовата грамотност на клиентите, която в голяма степен определя как ще продължи процесът на дигитална трансформация на банките. Целта на изследването е да очертае зависимостта на банковата дигитализация от нивото на грамотност на клиентите и политиките, които трябва да се провеждат, за да бъде тя успешна.

Ключови думи: дигитализация, търговски банки, клиенти, финансова грамотност.

Тази статия се **цитира**, както следва: **Димитрова, Р.**, (2022). Финансовата грамотност на клиентите – важен фактор за успешна дигитализация на банките. Народностопански архив, (1), с. 24-35.

URL: nsarhiv.uni-svishtov.bg

JEL: G21.

* * *

Въведение

През последното десетилетие терминът „дигитализация“¹ става все по-популярен не само в специализираната литература, но и сред обществото. Може да се каже, че дигитализацията е новата парадигма на съвременното ни. И това е съвсем обяснимо, като се има предвид фактът, че все по-голяма част от живота на хората днес преминава в дигитална среда. Трябва да се отбележи, че дигитализацията съвсем не е нова тема за съвременното общество. Мобилните технологии и интернет намират широко приложение в живота на хората, в бизнеса и в работата на институциите вече десетилетия наред. Не е пресилено да се каже и че значителна част от съвременните хора живеят в интернет. COVID кризата се оказва един от външните фактори, наред с политиката на Европейския съюз, за информираността на обществото за новите модерни технологии и конкуренцията на финтех компаниите и фирмите за бързи кредити, който доведе до засилен интерес към дигиталните услуги². Банките са едни от финансовите институции, които работят най-активно в дигитализирането на редица свои процеси, продукти и услуги.

1. За същността на „дигитализацията“ и нейното място в съвременния свят

В специализираната литература са дадени много определения на термините „дигитализация“ и „дигитална трансформация“. Темите за дигитализацията и дигиталната трансформация и тяхното важно място в съвременното общество са широко застъпени в изследванията на много учени и консултантски компании, дискутирани са на много научни форуми. Наложило се е мнението, че терминът „дигитална трансформация“ е по-широк от термина „дигитализация“. Изследванията на М. Орехов върху дигитализацията ни дават основание да определим последовател-

¹ Терминът „дигитализация“ произлиза от английското „digitization“. <https://eu.wikipedia.org/wiki/Digitization>. Дигитализацията е процесът на преобразуване на информация в цифров (т.е. четим от компютър) формат. Резултатът е представяне на обект, изображение, звук, документ или сигнал (обикновено аналогов сигнал), получен чрез генериране на серия от числа, които описват дискретен набор от точки или проби. Резултатът се нарича цифрово представяне или по-точно цифрово изображение за обекта и цифрова форма за сигнала.

² Вътрешните и външните фактори, които влияят в значителна степен върху дигитализацията на банковата дейност са подробно разгледани в „Пълна дигитализация на дейността – поредното предизвикателство за търговските банки, НБУ, Годишник „Икономика и бизнес“, 2018.

ността на процесите, а именно: цифровизация – дигитализация – дигитална трансформация (Орехов, М. 2020). Така от „съхраняването на информация в електронен вариант и създаването на модели на различни процеси в дигитален вариант“ (цифровизация) се преминава към „постигане на еволюция в бизнеса посредством интегрирани дигитални технологии в съществуващите процеси“ (дигитализация) и се стига до „коренна трансформация на бизнеса и организационните дейности, процеси, компетенции и модели“ (дигитална трансформация) (Орехов, М. 2020).

Едно от мненията е, че дигитализацията „в своя първоначален смисъл се отнася до превръщането на аналоговите данни в цифрови“ (Ochs, T., Riemann, U. A., 2018). Друго по-обстоятелствено разглеждане на дигитализацията я определя като „процес на цифрово превръщане на всичко, което може да си цифровизира, и процес на конвертиране на информацията в цифров вариант“ (Fors, A. C., 2013). Дигитализацията се определя и като „съвкупност от дейности по преобразуване на аналоговите информационни ресурси в дигитални копия и тяхното съхранение, достъп, използване, разпространение и сигурност“ (Лазарова, В., 2019). От всичко изложено дотук може да се обобщи, че дигитализацията е процес, свързан с преобразуването на информацията от аналогов носител в дигитална форма на основата на автоматизацията и електронизацията и интегрирането ѝ във вече съществуващи процеси в дадена организация.

За това колко важни са цифровизацията и дигитализацията в стопанския живот и в живота на хората, говори фактът, че Европейската комисия поставя като свой ключов приоритет за периода 2019–2024 г. мащабната цифровизация на страните – членки на Европейския съюз (Европейска комисия). Нещо повече, Европейският съюз е твърдо решен, периодът от 2020 г. до 2030 г. да се превърне в цифровото десетилетие на Европа (Европейска комисия). България, като част от Европейската общност, не може да остане встрани от тези процеси. Доказателство за това е разработената стратегия „Цифровата трансформация на България за периода 2020–2030 г.“, чиято главна цел е да се достигнат европейските стойности на основните индекси, показващи нивото на дигитализация (Европейска комисия, България). Въпреки амбициозните цели, които си поставят властите в нашата страна, цифровизацията не е нашата сила. По данни на Европейската статистическа служба за 2021 г. ние сме на предпоследно място сред 27 – те държави членки на Европейския съюз по отношение на цифровизацията. И още нещо, въпреки че технологичното развитие на страната ни е нараснало до 36,8 в сравнение с 2020 г., то е все още едно от най-ниските, защото другите страни – членки се развиват по-бързо в технологично отношение (Европейска

комисия). Всичко това показва колко много трябва още да се направи, да се инвестират средства в дигитализация, образование и младите хора, както посочва Урсула фон дер Лайен, Председател на Европейската комисия (Европейска комисия).

2. Новата динамика в дигитализацията на търговските банки в нашата страна

Въпреки оформилото се години наред мнение за банките, че са консервативни институции, те отдавна не са такива по отношение внедряването на най-новите технологии. В подкрепа на това са редица факти – още в средата на 90-те години на миналия век търговските банки у нас започнаха да инсталират банкомати и да издават дебитни карти, а после и кредитни карти, да използват в работата си все по-модерни и бързи компютри и ПОС устройства. По-късно беше въведено интернет банкирането, мобилното банкиране и специализираните зони за самообслужване. Цялата тази дейност показва, че банките умеят да се възползват от бурното развитие на технологиите в посока цифровизация и успешно да ги използват в дейността си, като я дигитализират. Не е пресилено да се каже, че няма банка в България, която да не е дигитализирала някои или болшинството от процесите и предлаганите продукти и услуги. Всъщност днешната конкуренция между банките не е по отношение на лихвите по депозити и кредити, а за това, как всяка от тях ще отговори на новите реалности и новите нагласи на клиентите. Една такава нова реалност е глобалната пандемия, породена от COVID 19. Въпреки че банките бяха едни от малкото институции, които не затвориха офисите си и обслужваха клиентите независимо от пандемията, работата откъщи във фирмите ги насочи към онлайн банкирането, а хората – към пазаруването от мобилните устройства. И банките показаха, че са готови да се справят с новите предизвикателства.

Към настоящия момент няма банка в нашата страна, независимо от големината ѝ, която да не е разработила своя стратегия за дигитализация, която да включва някои или всички посочени по-долу дейности:

- създаване на структури, които да осъществяват дигитализацията или влизане в колаборация с финтех компании за съвместна работа в тази посока;
- дигитализация на вътрешнобанковите процесите;
- дигитализация на продукти и услуги;
- внедряване на системи за защита от кибератаки;

- разработване на политики за стимулиране на клиентите към ползване на дигиталните канали;
- обучение на клиентите.

През последните две-три години в банковия сектор се наблюдава сериозна конкуренция между големите банки за лидерството в процеса на дигитализация. Естествено, като дъщерни дружества на банки в страни от западния свят, те пренасят опита на банките-майки и това прави процеса на дигитализация по-лесен за тях. Натискът от страна на финтех компаниите и Covid кризата доведоха до насочване на усилията на банковите мениджъри към усъвършенстване на мобилното банкиране и по-точно на платежните операции.

Една от водещите банки в това отношение е УниКредит Булбанк. За големите ѝ успехи в дигитализацията говори фактът, че тя е определена за най-добрата дигитална банка в България за 2021 г. в класацията на международното финансово списание Global Financial (Unicreditbulbank.bg). Това е много сериозно признание, тъй като критериите за избора са достатъчно всеобхватни, а именно:

- оценка на стратегията за привличане и дигитално обслужване на клиентите;
- ръст на потребителите на дигитални канали;
- полезност на услугите за клиентите;
- дизайн и функционалност на каналите.

Едно от най-новите постижения на УниКредит Булбанк (Unicreditbulbank.bg), което заслужава внимание, е т.нар. дигитален портфейл Мобайл за Android, устройства. Някои от основните функции на този нов продукт са:

- чрез него клиентите на банката, притежаващи мобилни телефони с операционна система Android могат да дигитализират своята дебитна и/или кредитна карта. Този дигитален портфейл е достъпен при картите на Visa за физически и юридически лица, а при картите на Mastercard – само за физически лица;
- добавяне на банкова карта в дигиталния портфейл;
- извършване на плащания с дигитализираната дебитна и/или кредитна карта по мобилния телефон, без да е необходимо да се попълва IBAN.

На сайта на банката на достъпен език е обяснено, как се извършва плащане с такава карта и на какво трябва да обърне особено внимание клиентът, преди да започне да използва тази услуга. Безспорно това е нова крачка в процеса на дигитализация. Но тук са налице известни ограничения и най-важното от тях е, че дигиталният портфейл може да се използва само от клиенти с Android устройства и версията да е над 8.

Другото ограничение е, че от притежателите на дебитни или кредитни карти на Mastercard този продукт може да се използва само от физически лица.

Пощенска банка също работи активно по отношение на дигитализацията (Postbank.bg). Тя, също както УниКредит Булбанк, постига успехи по отношение на мобилното банкиране. Доказателство за това са двете международни награди в конкурса World Finance Digital Banking Awards 2020 на едно от най-авторитетните световни издания World Finance Magazine в категорията „Най-добра дигитална банка“ и в категорията „Най-добро приложение за мобилно банкиране“ (Postbank.bg). Новият продукт, предлаган от Пощенска банка, се нарича ONE Wallet (Postbank.bg). Преимуществото на дигиталния портфейл на Пощенска банка пред този на УниКредит Булбанк е, че той може да се използва от притежателите на телефони с операционна система Android и от притежателите на телефони с операционна система iOS, т.е. от iPhone през функционалността Wallet на Apple Pay. Това е съществено конкурентно предимство, което води до друго такова и на него се акцентира от банката – притежателите на дигитален портфейл могат да използват и други мобилни устройства – смартчасовници Apple Watch, Garmin или FitBit. Така с право Пощенска банка има претенцията, това да е мобилен портфейл от последно поколение. Внимание заслужават посочените на сайта възможности на дигиталния портфейл (Postbank.bg):

- незабавно блокиране или разблокиране на всяка карта, издадена от банката;
- възможност за използване на различни канали за заплащане – банкомат, пос устройство, интернет;
- извършване на бърз превод на пари между потребители на дигиталния портфейл;
- добавяне на карта за лоялност и то само посредством сканиране на бар код;
- не се събират такси за поддържане и обслужване при ползване на дигитална карта.

За притежателите на дебитни и кредитни карти, които не използват дигитален портфейл, банката е въвела удобството да получават ПИН кода чрез SMS, а не на хартия. На сайта на Пощенска банка подробно и на достъпен език е обяснен начинът, по който клиентът може да получи ПИН кода. С цел ограничаване на злоупотребата с данни е дадена препоръка, клиентът да смени ПИН кода, но на АТМ устройство.

Не може да не бъде обърнато внимание и на едно ново дигитално приложение – Digital Office, още повече, че банката има претенцията да е първата компания в нашата страна, която в сътрудничество с Yettel

България (предишното наименование на мобилния оператор беше Теленор) го въвежда (Postbank.bg). От неговите предимства се ползват служителите на банката. Тук вече става дума за развитие на едно от важните направления на дигитализацията – на вътрешните процеси в банката. Както и при ONE wallet, и при това приложение е достатъчно, банковият служител да притежава Android или iOS устройство. Като функционалности на приложението се посочват: дигитален указател с информация и контакти на всеки един от служителите на банката; възможност за регистрация на вътрешни събития, съобщения между служители, специални придобивки, достъп до обучения, анкети, вътрешни процедури и ресурси, отворени работни позиции в банката, секция с вътрешни новини, която позволява споделянето на статии, снимки и линкове (Postbank.bg).

В друга посока е насочила усилията си Алианц Банк. Банката внедрява платформата Credit Quest (Allianz.bg), предназначена за кредитиране на бизнеса. Платформата е разработена съвместно с глобалната технологична компания Софтуер Груп и съдържа четири модула – кредитен мениджър, финансов анализатор, рейтинг мениджър и портфолио мениджър (Allianz.bg). Както е видно от четирите модула, платформата ще обхваща целия процес на кредитиране, като се започне с искането за отпускане на кредит и другите изисквани от банката документи, премине се през анализ на финансовото състояние и определяне на кредитен рейтинг на кредитоискателя и на обезпечението, определяне нивото на кредитен риск, определяне параметрите на кредита, мониторинг на кредита, управление на кредитния риск и се стигне до погасяването на кредита. Това е важна иновативна крачка на банката в нейната дигитализация, защото изцяло дигитални процеси на кредитиране се предлагат само по отношение на потребителските кредити.

По отношение дигитализация на кредитирането трябва да се спомене една чужда банка, стъпила на банковия ни пазар от 2021 г. – Bigbank AS – клон България³ (Bigbank.bg). Банката се заявява като дигитална банка както по отношение привличане на спестявания със сročни депозити, така и при отпускане на кредити на физически лица (Bigbank.bg). Направените при нея депозити са гарантирани от Фонда за гарантиране на влоговете на Естония. Сроковете на депозитите са от

³ Bigbank AS е създадена в Естония. Има дълъг период на дейност – от 1992 г. Специализирана е в обслужването на физически лица – привличане на депозити и отпускане на кредити. Разкрила е клонове в много държави в Европа – Латвия, Литва, Финландия, Швеция и България, като в тях приема депозити и отпуска потребителски кредити. В Австрия, Германия и Нидерландия развива само депозитна дейност. (<https://www.bigbank.bg/>).

един до сто и двадесет месеца, а размерът на лихвата зависи от срока на депозита и от периода, за който се изплаща тя – ежемесечно, веднъж годишно или в края на периода на депозита. Максималният размер на лихвата е 2% при депозити със срок 120 месеца. Трите кредита, които банката предлага, са: потребителски кредит, кредит за ремонт и обзавеждане и кредит за покупка на превозно средство без първоначална вноска. Прави впечатление обаче, че само при потребителския кредит е посочено, че процесът на кредитиране е изцяло дигитален.

По отношение на отпускането на кредити Българо-американска кредитна банка предлага на своите клиенти сто процентно кандидатстване, оценка на кредитоспособността и усвояване на кредит в дигиталното приложение VACB Plus (Vacbplus.bg). От този виртуален кредит могат да се възползват само физически лица.

И друга търговска банка, Инвестванк, предлага на своите клиенти – физически лица онлайн потребителски кредит. Той е част от мобилното приложение Ibank Mobile, което печели трета награда в категорията „Мобилна иновация“ в годишните бизнес награди в2v Media Awards (Ibank.bg). Услугата Бърз онлайн потребителски кредит е напълно дигитален процес на отпускане на кредит. Онлайн потребителски кредити предлагат и банка УниКредит Булбанк, ДСК, ОББ банк, ТВІ банк.

3. Подобряването на финансовата грамотност на клиентите – фактор за успешна дигитализация на банките

Успехът на дигиталното банкиране зависи от много фактори и един от тях са банковите клиенти. Това, че банките са разработили дигитални платформи за онлайн и мобилно банкиране, посредством които клиентите могат да плащат, да правят депозити, да извличат необходимата им информация, да получават потребителски кредити и други, съвсем не означава, че те в еднаква степен са готови да се възползват от тях. Особено що се отнася до факта да бъдат активни ползватели. А това клиентите да бъдат не само отворени към новостите в банковата дейност, но и да ги използват, зависи до голяма степен от тяхната финансова грамотност.

Данните за нашата страна не са обнадеждаващи. В доклада на Европейската комисия за 2021 г. относно това, как се развива цифровизацията в България по отношение на индекса за навлизане на цифровите технологии в икономиката и обществото, стойностите на отделните показатели относно уменията на хората показват, че ние сме далеч от тези за Европейския съюз (Европейска комисия):

- едва 29% от населението ни на възраст от 16 г. до 74 г. притежава поне основни цифрови умения, като този процент за населението на Европейския съюз е 56%;

- едва 36% от потребителите на интернет в България са и потребители на услуги за електронно управление, при 64% за Европейския съюз.

На ниво Европейски съюз се работи активно за финансовото ограмотяване на хората особено след финансовата криза от 2008 г. Разбира се, и нашата страна не е стояла встрани от необходимостта, финансови услуги да ползват възможно по-грамотни хора. Изключително важна стъпка в тази посока е разработената и приета с решение на Министерския съвет от 10 февруари 2021 г. Национална стратегия за финансова грамотност в Република България (2021–2025 г.) и План за действие към нея (Министерство на финансите). Един от основните приоритети на тази стратегия е „изграждане на знания и умения за използването на дигиталните технологии за повишаване на финансовата грамотност“, а главната цел е „нивото на финансова грамотност у нас да се доближи до средното за Европейския съюз и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие“ (Министерство на финансите). Възможността България с още пет страни да започне преговори за членство в Организацията за икономическо сътрудничество и развитие, една от най-престижните в света, ще допринесе за ускоряване процеса на финансово ограмотяване на хората. Тук трябва да се отбележи фактът, че ние не сме член на тази престижна световна организация, но по информация на Министерството на външните работи към момента България участва със статут на „член“/„асоцииран член“ в дейността на 13 работни органа; в 6 други органа има статут на „участник“, а в 19 е „гост“/„наблюдател“ (Министерство на външните работи, 2022). От мащабно изследване за 2019 г., направено от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие по нейна методология, общото ниво на финансова грамотност на хората в нашата страна е в 58,5% при средно за света – 60,5%. И още нещо, с най-нисък резултат за ниво на финансова грамотност са младите хора – 53%, 61% е то при хората между 30 г. и 60 г. и 57% за хората над 60 г. (Oecd.org). Въз основа на изготвен от тази организация Наръчник за прилагане на национални стратегии за финансово образование (OECD/INFE, 2015) през 2018 г. е направено изследване на финансовата грамотност на 15-годишни ученици в 20 страни и България е включена като страна извън Организацията за икономическо сътрудничество и развитие. Резултатите са обезпокоителни – при среден резултат за финансова грамотност за Организацията 505 точки, за учениците в нашата страна той е 432 точки.

Формулирането на основните насоки, в които трябва да се работи, за да се постигне такова ниво на финансова грамотност, което да позволява, безпроблемно да се ползват банковите дигитални платформи, изисква да се даде дефиниция на финансовата грамотност. И това е направено в Националната стратегия за финансова грамотност, а именно – „комбинация от финансово осъзнаване, познание, умение, отношение и поведение, които са необходими, за да се вземат устойчиви финансови решения и за да се постигне като крайна цел индивидуално финансово благосъстояние“ (Minfin.bg).

Фактът, че с най-ниско ниво на финансова грамотност са младите хора – тези до 30 г., дава основание, усилията да се насочат към учениците и студентите в нашата страна. Изграждането на базова финансова култура трябва да започва още от основното образование. Днес седемгодишните и по-големите деца са се „сраснали“ с таблетите и мобилните си телефони. Това прави темата за ползването на дигитални платформи по-интересна и разбираема за тях. Внимателно подготвени от банкови експерти презентации могат да дадат на малките ученици основни знания за дигиталния банков свят, в който живеят. Тези практически знания следва да се задълбочат в средното образование, още повече, че големите ученици ползват вече банкови карти, по които получават стипендии и извършват плащания. Така ползването на дигитална платформа на банка за тях ще е лесно и удобно.

Най-задълбочени знания по финанси, и в частност – по ползване на дигиталните платформи, би следвало да получават студентите. И банките не стоят безучастни. Пример за това е банка ДСК. Тя е партньор на AIESEC – България, която е най-голямата студентска организация в света с представителства в над сто страни, включително и в България, и участва в едно тяхно събитие, наречено „Левчето“ през 2019 г. и през 2020 г. (Dskbank.bg). Целта на тази студентска организация е, с помощта на банката да повиши финансовата грамотност на студентите.

ДСК осъществява сътрудничество и с фондация „Инициатива за финансова грамотност“. То намира проявление в проведената през 2019 г. (Dskbank.bg) и през 2020 г. (Dskbank.bg) „Национална финансиада“ с ученици в две възрастови групи – ученици между 14 г. и 16 г. и ученици между 17 г. и 19 г.

Фондация „Инициатива за финансова грамотност“ също има значително участие във финансовото оgramотяване на младите хора. Още със създаването и през 2012 г. тя поставя за своя цел дейността с децата и младежите (Financialliteracy.bg). Фондацията е и част от междуправителствена работна група по финансова грамотност към Министерството на финансите. По отношение на дигиталната финансова грамотност от

фондацията са на мнение, че обучението трябва да акцентира не само върху използването на дигитални технологии като комуникационни канали, но и върху повишаване на информираността и обучението по отношение на дигиталните финансови продукти и услуги – същността им, рисковете, киберсигурността (Financialliteracy.eu). Такова обучение е подходящо за учениците от 14 г. до 19 г.

Що се отнася до средното поколение и поколението на възрастните хора, там финансовото ограмотяване най-често се извършва посредством самообучение. И това е възможно, тъй като няма банка в нашата страна, която да не предоставя на сайта си на достъпен език необходимата за използването на даден дигитален продукт или услуга информация и насоки за достъп и ползване посредством ръководство за клиента или съвети за по-голяма сигурност. Усилията на банките са големи, защото си дават сметка, че трябва да променят начина на мислене на голяма част от своите клиенти, които много години са ползвали традиционните канали за банкиране.

Заклучение

Настоящото изследване, което съвсем не изчерпва проблематиката за дигитализацията на банковата дейност, показва, че банките са от тези финансови институции, които много бързо въвеждат новите технологични решения в работата си. Нещо повече, те развиват дигиталното банкиране с невиджани в историята на банковото дело темпове. И това е обяснимо, живеем в епохата на всеобща дигитализация. А много от клиентите откликват на новите реалности – мобилното банкиране постепенно се превръща в основен канал за т.нар. банкиране на дребно. Един от факторите за успешна дигитализация на банковата дейност, както вече беше посочено, е човешкият фактор. Анализите по-горе показват, че дигиталните умения на хората в нашата страна все още са ниски, въпреки че младите хора от ранна възраст използват постоянно мобилни устройства и се справят по-добре от възрастните. Това е поредното предизвикателство за самите банки, за Министерството на финансите, за Министерството на образованието и за фондации, работещи в сферата на образованието. Именно поради това, нивото на финансова грамотност в България да се доближи до средното равнище в Европейския съюз и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие, е цел, залегнала в Националната стратегия за финансова грамотност в Република България (2021–2025).

Използвани източници

- Орехов, М. (2020). Същност на процеса на дигитализация като нов етап в глобалната информатизация, Бизнес управление, бр.1, Издание на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов.
- Ochs, T., Riemann, U.A. (2018). IT Strategy Follows Digitalization. In: Encyclopedia of Information Science and Technology. IGI Global, 4 th Ed.
- Fors, A.C. (2013). The Ontology of the Subject in Digitalization. In: Handbook of Research on Technoself: Identify in a Technological Society. IGI Global.
- Лазарова, В. (2019). Дигитализация и дигитална трансформация в счетоводството. Lazarova_8_Alternativi_BG_br_2_2019.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit).
- Цифровизацията в България. Масщабната цифровизация на всички страни в Европейския съюз е ключов приоритет на Европейската комисия за периода 2019 – 2024 г. <https://bulgaria.representation.ec.europa.eu/strategiya-prioriteti/osnovni->
- Интернет страница на Министерството на финансите. Национална стратегия за финансова грамотност в Република България (2021 – 2025 г.) и План за действие. <https://www.minfin.bg/bg/1491>
- Интернет страница на Организацията за стратегическо сътрудничество и развитие. Наръчник за прилагане на националните стратегии за финансово образование. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/>
- Интернет страница на Министерството на външните работи. https://www.mfa.bg/bg/bg_oecd
- Интернет страница на Европейската комисия. <https://eu.europa.eu>
- <https://www.unicreditbulbank.bg>
- <https://www.postbank.bg/bg/>
- <https://mediacenter.postbank.bg/>
- <https://www.allianz.bg/bg>
- <https://www.bacb.bg/bg/>
- <https://www.bigbank.bg/>
- <https://www.ibank.bg>
- <https://dskbank.bg>
- <https://www.financialliteracy.eu>
- <https://eu.wikipedia.org/wiki/Digitization>.

Ренета Маринова Димитрова е доцент, д-р по икономика в департамент "Икономика" на Нов български университет. Тя е с над 20 години стаж в банковата сфера, което насочва **научните и интереси** в областта на банките, дейността и мениджмънта им.

ORCID ID: 0000-0001-8315-4096

ISSN 0323-9004

НародноСТОПАНСКИ архив

Свищов, година LXXV, книга 1 - 2022

Покритие на България с местни инициативни групи – териториален анализ

Финансовата грамотност на клиентите – важен фактор за успешна дигитализация на банките

Зависимост между цените на производство и инфлацията при хранителните продукти в България

Икономически политики на Европейския съюз – координираност или несъгласуваност?

Влияние на разходите за образование върху икономическия растеж

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“



СВИЩОВ

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ:

Проф. д-р Андрей Захариев – главен редактор
Проф. д-р Йордан Василев – зам. главен редактор
Проф. д-р Стоян Проданов
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Пламен Йорданов
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Анатолий Асенов
Доц. д-р Тодор Кръстевич

МЕЖДУНАРОДЕН СЪВЕТ:

Проф. д-р ик.н. Михаил А. Ескиндаров – Финансов университет при Правителството на Руската федерация, Москва (Русия).
Проф. д-р ик.н. Григоре Белостечник – Молдовска академия за икономически изследвания, Кишинев (Молдова).
Проф. д-р ик.н. Михаил Ив. Зверяков – Одески държавен икономически университет, Одеса (Украйна).
Проф. д-р ик.н. Андрей Крисоватий – Тернополски национален икономически университет, Тернопол (Украйна).
Проф. д-р ик.н. Йон Кукуй – Университет Валахия, Търговище (Румъния)
Проф. д-р Кен О'Нийл – Университет Ълстер (Великобритания)
Проф. д-р Ричард Торп – Университет Лийдс (Великобритания)
Проф. д-р ик.н. Олена Непочатенко – Умански национален аграрен университет, Уман (Украйна)
Проф. д-р ик.н. Дмитрий Лукьяненко – Киевски национален икономически университет "Вадим Гетман", Киев (Украйна)
Доц. д-р Мария Стефан – Университет "Валахия", Търговище (Румъния)
Доц. д-р Анисоара Дунка – Университет "Валахия", Търговище (Румъния)
Доц. д-р Владимир Климук – Брановички държавен университет, Бранович (Беларус)

Екип за техническо обслужване:

Технически секретар – д-р Росица Проданова
Стилов редактор – Анка Танева
Превод на английски език – ст. преп. Венцислав Диков и ст. преп. д-р Петър Тодоров

Адрес на редакцията:

5250 Свищов, ул. „Ем. Чакъров” 2
Проф. д-р Андрей Захариев – главен редактор
☎ (+359) 889 882 298
Д-р Росица Проданова – технически секретар
☎ (+359) 631 66 309, e-mail: nsarhiv@uni-svishtov.bg
Благовеста Борисова – компютърен дизайн
☎ (+359) 882 552 516, e-mail: b.borisova@uni-svishtov.bg

Отпечатването на списанието за 2022 г. се осъществява с безвъзмездната финансова помощ на Фонд “Научни изследвания” – Договор ДНП № КП-06-НПЗ-69 по конкурс “Българска научна периодика – 2022 г.”

© Академично издателство „Ценов” – Свищов
© Стопанска академия „Димитър А. Ценов” – Свищов

НАРОДНОСТОПАНСКИ АРХИВ

ГОДИНА LXXV, КНИГА 1 – 2022

СЪДЪРЖАНИЕ

Стоян Проданов, Димитрина Проданова

Покритие на България с местни инициативни групи –
териториален анализ /3

Ренета Димитрова

Финансовата грамотност на клиентите – важен фактор за успешна
дигитализация на банките /24

Лъчезар Борисов

Зависимост между цените на производство и инфлацията при
хранителните продукти в България /36

Росица Проданова, Димитър Костов

Икономически политики на Европейския съюз – координираност или
несъгласуваност? /48

Рая Драгоева

Влияние на разходите за образование върху икономическия растеж /59