

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ РАЗПЛАЩАНИЯ В БЪЛГАРИЯ

Ас. д-р Кремена Маринова

Резюме: Съвременните мобилни и електронни платежни системи, като всички иновативни решения, се стремят, максимално да отговорят на технологичните възможности и изисквания на бизнеса. Реализирането на онлайн разплащанията има редица ползи както за банките и институциите, които ги внедряват, така и за търговците и клиентите, които ги използват при осъществяване на своята дейност.

Целта на настоящата статия е да се представят мобилните и електронните системи за разплащания като едно от най-перспективните направления в развитието на разплащанията у нас, да се открият силните и слабите им страни, като ясно се идентифицират възможностите и заплахите за тяхното прилагане, съобразно текущата социално-политическа конюнктура в България.

Ключови думи: мобилни разплащания, електронни разплащания, SWOT анализ, PESTEL анализ.

JEL: D14, D80, G21, L81, L86.

Увод

Една от характеристиките на нашето съвремие е, че Интернет е основна среда за осъществяване на контакти и бизнес дейности във всички сектори на обществения живот. Бурното развитие на електронния и мобилния бизнес води до появата на електронните и мобилните разплащания, които с помощта на информационните технологии про-

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

менят начините за достъп на клиентите до банковите услуги и продукти. Тенденцията е, те да пазаруват или ползват услуги онлайн, вместо да посещават офиси или магазини. Удобствата, които предлагат на клиентите, са значителни – реализиране на плащането от дома или офиса, улеснено следене и получаване на справки на приетите плащания, лесна проверка на средствата по сметката или картата, отсъствие на риск от носенето на пари в брой и др. Реализирането на онлайн разплащания гарантира на търговците директни постъпления в банковата им сметка, проследяване на трансферите и салдото по нея. По този начин, освен традиционните предимства на електронната търговия (достъпност на предлаганите стоки и услуги за всички интересувани се, увеличаване на клиентите, увеличаване на продажбите), търговците си осигуряват и нови такива.

* * *

Мобилните плащания са платежни услуги, които се осъществяват въз основа на определено финансово регулиране и се извършват посредством мобилно устройство, най-често смартфон. Те са алтернатива на традиционните платежни методи. Вместо да плаща в брой или чрез дебитни и кредитни карти, потребителят използва мобилния си телефон, за да заплати за широк спектър от стоки и услуги¹. На практика реализацията може да се осъществи по няколко начина: SMS плащане, чрез механизма на мобилното банкиране, чрез безконтактно плащане през мобилно устройство и чрез платформи за мобилни плащания.

SMS плащанията са подходящи за плащането на малки суми, най-често за онлайн услуги. При тях сумата на трансакцията се добавя към месечната сметка на мобилния оператор. В България най-често се използват за регистрация в различни игри, VIP абонаменти, достъп до съдържание, публикуване на обяви, заплащане за паркомясто в „зелена“ и „синя“ зона и други.

¹ <http://mashable.com/category/mobile-payments/>. Последен достъп: 17.06.2016 г.

При **мобилното банкиране** потребителят осъществява достъп до своите банкови сметки посредством сайта на банката си чрез мобилно устройство – телефон, таблет и др. Мобилното банкиране става все по-популярно у нас и броят на банките, които го предлагат, расте – през 2015 г. услугата се предоставя от 8, а към 1.07.2016 г. – от 12 банки. Мобилното банкиране изостава спрямо електронното, което се предлага от всички 25 банки, обслужващи индивидуални клиенти в България. Приоритетно мобилните приложения се разработват за двете най-популярни мобилни операционни системи – Android и iOS. Забелязва се тенденция към засилване на мобилността, което е пряко следствие от все по-широкото разпространение на мобилни устройства. Проучване на Google² сочи, че 53% от българите разполагат със смартфон, а 26% имат таблет, което е и мотив за по-активно предлагане на този вид услуги.

Мобилното портмоне се предлага официално в България от 1 септември 2010 г. чрез технология, разработена от Системата за електронни плащания – България (СЕП). Необходимо е, клиентът да посети офис на мобилен оператор (към настоящия момент услугата се предлага и от трите мобилни оператора), за да получи нова СИМ карта, на която е инсталирано приложението "Мобилен портфейл". Върху нея се инсталира електронен подпис и клиентът създава собствен ПИН код, с който ще потвърждава всяка трансакция. Потребителят може да добави до 10 сметки в приложението "Мобилен портфейл". Специален чип дава възможност и за плащане на стоки и услуги на мястото на продажбата в търговски обекти с Near Field Communication (NFC) терминали.

Клиентите може да ползват и услугата "Електронно портмоне", чрез която могат да правят плащания до 20 лв. в търговските обекти, без да се налага да потвърждават трансакцията с ПИН код³.

Безконтактните плащания през мобилни устройства са мобилни плащания, осъществявани въз основа на технологията радиочестотна идентификация (RFID), най-често посредством NFC. При

² <https://www.consumerbarometer.com>. Последен достъп: 17.06.2016 г.

³ Телефонът е моят портфейл. <http://www.capital.bg> Последен достъп: 25.06.2016 г.

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

тях е необходимо физическото наличие на мобилен телефон, който да поддържа NFC, за да се осъществи трансакцията, и терминално устройство, което да приеме сигнала⁴.

Според оценки на Juniper Research броят на безконтактните мобилни плащания стремително ще нараства и към 2017 г. се очаква да надхвърли \$180 млрд., което е 7 пъти повече от стойностите за 2012 г. Прогнозата е, че към 2017 г. над една четвърт от мобилните потребители в САЩ и Западна Европа ще плащат закупуваните от тях стоки с помощта на NFC⁵.

През последните години в България набират популярност и стават все по-разпространени нови услуги, които опосредстват **мобилните плащания**. Такива са:

- **Mobb**. Това е **платформа за сигурни мобилни плащания**, оперирана от „БОРИКА – БАНКСЕРВИЗ“ АД. Към момента банките – партньори на платформата са 9: „Търговска банка Д“ АД, „Инвестбанк“ АД, „Интернешънъл Асет Банк“ АД, „Общинска банка“ АД, „СИБанк“ ЕАД, „Ти Би Ай Банк“ ЕАД, „Токуда банк“ АД, „Централна кооперативна банка“ АД и „Зираат Банк България“. Тя дава възможност на потребителите да регистрират множество дебитни и кредитни карти, издадени от банките – партньори, към услугата mobb. Закупуването на стоки става от магазини, притежаващи софтуерно надградени ПОС терминали или директно в интернет сайт, чрез който могат да се изпратят пари по банкова сметка, да се плащат битови и други сметки, да се следи наличността и да се извежда справка за последните трансакции⁶.
- **Cellum Pay**. Това е мобилно приложение, което може бъде инсталирано на всеки смартфон с операционна система Android, iOS или Windows Phone. Услугата включва разпла-

⁴ http://pcworld.bg/17611_da_plashtash_ot_razstoyanie_ot_4_sm_do_drugiy_a_kraj_na_sveta. Последен достъп: 7.07.2016 г.

⁵ <http://www.nfcworld.com/2012/06/06/316093/juniper-nfc-payments-to-exceed-us180bn-in-2017/>. Последен достъп: 7.07.2016 г.

⁶ http://computerworld.bg/44721_universalna_platforma_za_mobilni_razplash_taniya_obyavi_borika_bankserviz. Последен достъп: 27.09.2015 г.

щания с мобилни телефони чрез надграждане на картовите разплащания, приложима за плащания на стоки и услуги както от разстояние, така и в търговските обекти. За целта е необходимо, банковата карта да бъде регистрирана в мобилното приложение и да бъде използвана за пазаруване в Интернет, плащане на сметки, пазаруване в магазини и т.н.⁷

- **Mobio**. Това е SMS система за микроразплащания. Услугата е специално разработена за собственици на уебсайтове, които желаят да използват разплащане чрез SMS за предлаганите от тях услуги⁸.

Онлайн системите за разплащане са системи, позволяващи електронен обмен на данни, които се използват от потребителите на електронни услуги за нареждане на плащане чрез използването на електронни платежни инструменти или други електронни форми за нареждане на плащане.

През последното десетилетие се развиват много онлайн разплащателни системи като WebMoney, Skrill и други, но сред най-популярните и използвани в световен мащаб са PayPal, Amazon Payments и Google Wallet.

PayPal е една от първите онлайн разплащателни системи. Основана е през 1998 г., а през 2002 година бива придобита и става част от eBay⁹, превръщайки се в най-популярната система от този тип в света. Системата PayPal представлява електронна алтернатива на традиционните разплащателни чекове и банкови преводи. Тя е посредник, чрез който всеки човек или бизнес организация, имащи валиден имейл, може да преведе или получи пари от друг човек или бизнес организация. За целта е необходимо, изпращачът да има валидна PayPal акаунт-сметка. Освен чрез стандартното онлайн плащане, осъществено през компютъра, PayPal дава възможност за разпла-

⁷ <http://web.cellum.bg>. Последен достъп: 10.07.2016 г.

⁸ <https://mobio.bg>. Последен достъп: 10.07.2016 г.

⁹ **Richtel**, M. EBay to Buy PayPal, a Rival in Online Payments. The New York Times, 2002. <http://www.nytimes.com/2002/07/09/business/ebay-to-buy-paypal-a-rival-in-online-payments.html>

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

щане и чрез приложение за смартфон или таблет – **PayPal Mobile**. Използването на PayPal за българските потребители е възможно от октомври 2007 г.

Друга популярна онлайн система за плащане е **Amazon Payments**. Тя е собственост на един от най-големите електронни магазини в света – Amazon.com. Въпреки своята обвързаност с Amazon.com системата позволява да се извършват разплащания и с други контрагенти. Българските потребители са затруднени при използването ѝ поради факта, че голяма част от продуктите, предлагани от Amazon, не могат да бъдат доставени до България. Слабата популярност на платежната система е и основната причина, българските онлайн магазини да не са добавили възможността за заплащане чрез Amazon Payments.

Google Wallet е наследник на по-ранната онлайн платежна система Google Checkout. Собственост е на технологичния гигант Google. Сериозен недостатък на системата е, че може да се използва единствено в САЩ, което силно ограничава употребата ѝ и не позволява разпространението ѝ в световен мащаб¹⁰.

Електронните платежни системи в България са: БИСЕРА (Банкова интегрирана система за електронни разплащания); БОРИКА (Банковата организация за разплащания с използване на карти); RINGS (Real-time Interbank Gross Settlement System); Трансевропейска автоматизирана система за брутен сетълмент на експресни преводи в реално време (TARGET2) и ePay.bg.

Обект на изследване са системите, лицензирани от БНБ – БИСЕРА и БОРИКА, както и системата за електронни плащания ePay.bg.

- **БИСЕРА** е система за осъществяване на парични преводи между банкови сметки в страната, оперирана от „Банксервиз“ АД. По данни на БНБ броят на трансакциите през системата за 2015 г. е 61 668 248, на стойност 103 840 971 946.54 лв.¹¹

- **БОРИКА** е системен оператор на платежна система за обслужване на плащания по операции с банкови карти на територията

¹⁰ Google Wallet, <https://www.google.com/wallet/faq/>.

Последен достъп: 10.07.2016 г.

¹¹ bnb.bg. Последен достъп: 1.09.2016 г.

на страната. Броят на плащанията, които системата БОРИКА е оторизирала през 2015 г., е 801 490 800 на обща стойност 9 993 301 223.63 лв., което е огромно покачване на броя трансакции спрямо 2014 г. (72 618 087), но запазване на общата им стойност (9 279 454 669.08 лв.). Данните недвусмислено показват, че през системата се осъществява все по-голям брой сделки, но средната сума на едно плащане намалява в пъти¹².

- **ePay.bg** е най-популярната българска електронна платежна система, обслужвана от „Ипей“ АД. Операторът регистрира всички търговци и клиенти, които желаят да извършват плащания в ePay.bg посредством банкови карти и други платежни средства. Той одобрява и гарантира информационното и техническото осъществяване на плащанията между страните. Според статистиката на системата средната месечна сума на плащанията за периода март – август 2016 г. е близо 23 милиона лева, а техният среден брой е над 459 хиляди. Плащанията през банкомат са със средна месечна стойност от 2.20 млн. лева, формирана от средно 44 хиляди трансакции. Подробните данни са представени в Таблица 1¹³.

Таблица 1.
Статистика на плащанията в ePay.bg

месец	ePay.bg		банкомати		общо	
	сума (лв.)	брой	сума (лв.)	брой	сума (лв.)	брой
2016-03	26 028 805.78	461 048	2 436 882.54	45 522	28 465 688.32	506 570
2016-04	24 607 278.04	443 391	2 239 894.88	45 592	26 847 172.92	488 983
2016-05	21 719 455.89	451 068	2 254 528.38	45 610	23 973 984.27	496 678
2016-06	21 440 094.04	470 906	2 163 657.99	44 911	23 603 752.03	515 817
2016-07	21 104 648.19	460 356	2 006 532.54	42 812	23 111 180.73	503 168
2016-08	21 835 246.32	472 470	2 069 814.45	40 780	23 905 060.77	513 250
Средно месечно	22 789 254.71	459 873	2 195 218.46	44 205	24 984 473.17	504078

Източник: www.epay.bg и собствени изчисления

¹² Пак там.

¹³ ePay.bg

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

Динамиката в сумата на плащанията и на техния брой е отразена на Фигура 1 и Фигура 2.



Фигура 1. Сума на плащанията през системата ePay.bg



Фигура 2. Брой на плащанията през системата ePay.bg

Мобилните и електронните разплащания имат своите предимства и недостатъци, които трябва да бъдат разгледани и оценени, за да се популяризира тяхното прилагане в България. Те от своя страна са отражение на развитието на електронната търговия у нас и на цялостната социално-политическа обстановка в страната. Ето защо разработваме SWOT анализ и PESTEL анализ на електронните разплащания в България. С тяхна помощ се открояват силните и слабите страни на разглежданите технологии, като ясно се идентифицират възможностите и заплахите за тяхното прилагане, съобразно текущата социално – политическа конюнктура в България.

SWOT анализът се основава на изследване на положителните и отрицателните страни, възможностите и заплахите на някои от най-популярните мобилни и електронни системи за разплащания: Google wallet, PayPal mobile wallet, Square mobile wallet, Amazon Payments, mobb, ePay.bg. Във връзка с това могат да бъдат изведени следните:

Силни страни – Strengths:

- бързина и удобство за клиентите – услугите са достъпни 24/7 и не е необходимо да се носят непрекъснато пари в брой;
- достъпност от всяко място – необходима е само връзка с Интернет;
- управление на множество банкови карти едновременно, независимо от типа на картата;
- възможност за международни трансакции;
- повишена сигурност чрез използване на ПИН код, парола или електронен подпис;
- възможност за непрекъснато проследяване на трансакциите;
- привличане на множество клиенти от цял свят;
- възможност за плащания между индивидуални клиенти;
- намаляване на кражбите на пари в брой;
- отдалечено изтриване на потребителски данни при кражба и злоупотреба;
- плащането се осъществява чрез посредничеството на системата, която го гарантира;
- осигуряване на конкурентни предимства;

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

- подобряване на личния и корпоративния имидж;
- високо технологични системи.

Слаби страни – Weaknesses:

- необходимо е създаване на потребителски акаунт за осъществяване на плащането;
- плащането за стоки и услуги е предимно онлайн;
- несигурност от страна на клиентите;
- кражба на кибер идентичност;
- отказ от услуга при голям трафик към сайта на платежната система;
- увеличаваща се конкуренция;
- високи трансакционни такси.

Възможности – Opportunities:

- повишаване на пазарния дял чрез обслужване на все по-голям кръг клиенти;
- внедряване от по-голям брой търговци;
- непрекъснато увеличаване на пазаруването и плащането онлайн;
- плащания към държавната и общинската администрация;
- GPS или IP идентификация, чрез които може да се локализира потребителят и да се предложат стоки и услуги в зависимост от неговото местоположение;
- подобрен маркетинг;
- интегриране на допълнителни услуги като мобилни плащания, плащане през банкомат и парични преводи.

Заплахи – Threats:

- NFC не е стандартизирана технология по отношение на сигурността;
- непрекъснато увеличаваща се конкуренция;
- неоторизирано прехвърляне на парични средства;
- извеждане на справки за финансовото състояние на лицето или фирмата по интернет, което прави данните уязвими;
- лесно разбиване на парола;
- кражба на цифров сертификат;
- срыв на мобилната мрежа или на Интернет връзката;

- непрекъснато променящи се технологии;
- голяма конкуренция в отрасъла, което може да доведе до загуба на пазарен дял;
- необходимост от осигуряване на непрекъснатост на дейността на системата.

SWOT анализът на мобилните и електронните платежни системи е показан по-долу:

Силни страни (Strengths)	Слаби страни (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • Бързина • Удобство • Достъпност • Управление на много банкови карти • Международни трансакции • Използване на ПИН, парола или електронен подпис • Проследяване на трансакциите • Клиенти от цял свят • Плащания между индивидуални клиенти • Отдалечено изтриване на данни • Ограничава кражбата на пари в брой • Платежната система е посредник • Конкурентни предимства • Подобен имидж • Високотехнологична система 	<ul style="list-style-type: none"> • Създаване на потребителски акаунт • Ограничено плащане – предимно онлайн • Несигурност от страна на клиентите • Кражба на идентичност • Отказ от услуга • Увеличаваща се конкуренция • Високи такси
Възможности (Opportunities)	Заплахи (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • Повишаване на пазарния дял • Предлагат се от все по-голям брой търговци • Увеличаване на пазаруването и плащането онлайн • GPS и IP идентификация • Подобен маркетинг • Интегриране на допълнителни услуги 	<ul style="list-style-type: none"> • Сигурност на NFC технологията • Увеличаваща се конкуренция • Превод на парични средства към трети лица • Уязвими финансови данни • Лесно разбиване на парола • Кражба на цифров сертификат • Срив на мобилната мрежа или на Интернет връзката • Променящи се технологии • Голяма конкуренция в отрасъла • Непрекъснатост на системата

Фигура 3. SWOT анализ на мобилните и електронните системи за разплащания

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

В допълнение на извършения SWOT анализ е изготвен и **PESTEL анализ** за България, като са използвани данните и анализите от някои стратегически документи: PEST Analysis of Bulgaria, изготвен от BICA¹⁴, Bulgarian national PESTLE and SWOT analysis¹⁵ и Digital Content SWOT Analysis¹⁶, които са разгледани в контекста на електронните разплащания.

Изследвайки множество политически, икономически, социални, технологични, екологични и правни фактори, които формират макросредата у нас, като най-важните, които влияят върху електронните и мобилните разплащания, можем да открием: нивото на корупция и бюрокрация, демографските фактори, потребителското поведение и нагласи относно електронните разплащания, социалната мобилност, нивото на образование, имиджът в обществото, използването на Интернет и електронната търговия, новите изобретения и технологии и технологичният трансфер, енергийната ефективност и правната регламентация.

Нивото на корупция в България е сравнително високо, но банковият сектор не е сред тези с най-високи корупционни нива, а добре регламентираната правна рамка и елиминирането в голяма степен на човешкия фактор правят електронните и мобилните разплащания неуязвими в това отношение.

Нивото на бюрокрация в страната също е високо, като банковият сектор е сред тези, в които тя е най-тромава. Повсеместното прилагане на мобилни и електронни разплащания намалява значително бюрокрацията в сектора. Голяма част от дейностите по осъществяване на трансакцията се автоматизират и не зависят от конкретен човек, клон на банка, работно място или гише.

По отношение на **демографските** показатели можем да твърдим, че населението на България непрекъснато намалява, съсредоточено е в големите градове, а средната му възраст расте – 20%

¹⁴ BICA. PEST Analysis of Bulgaria. 2012.

¹⁵ Basscom, Meys. Bulgarian national PESTLE and SWOT analysis. 2011.

¹⁶ Zorc, S., Manfreda, A., Lampret, D. etc. Digital Content SWOT Analysis. 2012.

от жителите на страната са над 65-годишни¹⁷. От това можем да си направим извода, че в средносрочен и дългосрочен план тенденцията е към застаряване на населението, като то ще става все по-малко склонно да използва новите информационни и комуникационни технологии при осъществяване на покупко-продажбата на стоки и услуги и трудно би се ориентирало към електронните разплащания. Необходимо е да се вземат мерки за изясняване на ползите от тази услуга, както и да се предложат съобразени с напредналата възраст подходи за осъществяването ѝ.

Според данните от проучване на Ноема¹⁸ за **потребителското поведение и нагласи**, най-вече в областта на приемане на новите технологии, можем да направим извода, че 57% от българите са отворени към тях (активните, доволните, бунтарите и позитивните), което е добра основа за все по-активното прилагане на иновативните методи на заплащане, каквито са електронните и мобилните системи за разплащания.

Социалната мобилност и нивото на образование са сред факторите, които оказват влияние върху използването на нови информационни и комуникационни технологии – те са по-добре приети от хората с по-високо образование. В страната има огромно различие по отношение на социалното положение на индивидите, а придвижването в друга социална група е трудно и зависи от нивото на образование, което от своя страна показва, че голяма част от хората нямат достъп или трудно работят с новите ИКТ, каквито са този тип плащени системи.

Имиджът в обществото също е сред факторите, които оказват влияние върху прилагането на различните форми на банкиране. Безспорно използването на електронните канали за осъществяване на достъп до банковите сметки подобряват имиджа. Факторът е с още по-голямо значение при младите хора и при подрастващите. Ето защо те са и сред основните ползватели на тези иновативни услуги.

Използването на Интернет и електронната търговия от населението са сред основните фактори, които пряко влияят върху

¹⁷ <http://www.nsi.bg>

¹⁸ Пазарен компас. Българите – начин на живот. 28.11.2013.

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

употребата на електронните и мобилните разплащания и онлайн плажежните системи. Към края на 2015 г. 58% от домакинствата в страната имат широколентов достъп до Интернет, което е сред най-ниските проценти в Европейския съюз. Ниското ниво на разпространение на Интернет се запазва и по отношение на достъпа до него посредством мобилни устройства – под 25% от домакинствата при средно ниво за ЕС от 43%. По отношение на електронната търговия делът на българите, които са купували стоки/услуги по Интернет, е 18.5%, като в голямата си част това е покупко-продажба на дрехи и спортни стоки. Делът на финансовите услуги е много малък – под 1%, което също е далеч под средните европейски нива.

Новите изобретения и технологии също дават отражение – все по-голямото разпространение на мобилни устройства е сред предпоставките за увеличаване на мобилните разплащания.

Осъществяването на трансакции по електронен път намалява хартиения документооборот, което влияе положително върху **околната среда**.

В страната ни има добра **нормативна база**, която осигурява необходимото ниво на регулация и защита при осъществяване на сделки и разплащания по електронен път, а мобилните и електронните плащания са подсигурени и от опосредстващата ги разплащателна система.

Въз основа SWOT анализа на електронните и мобилните плажежни системи се откриха множество слаби места при тяхното прилагане. На тази база можем да предложим някои **мерки за преодоляването им**.

Притесненията относно сигурността са неминуеми при този тип услуга. От една страна, се предлага нещо, което на практика няма физически носител, от друга страна, средата, в която се осъществява плащането, също е виртуална, а от трета – предмет на дейността е такава чувствителна тема като финансите на дадения индивид. Ето защо и двете страни по сделката трябва да подсигурят трансакцията, като по-конкретно потребителите могат да:

- инсталират антивирусен, антишпионски и антирекламен софтуер, както и защитна стена на всяко от свързаните си с Интернет устройства;
- използват дълги и сложни пароли за достъп, да ги сменят често, а по възможност да закупят електронен подпис;
- съхраняват данните си в облак с цел възможност за изтриване или промяна на акаунта при кражба на устройство;
- не запазват автоматично потребителските си данни на мобилното устройство;
- подхождат скептично към изпратени по електронната поща покани за промяна на потребителско име/парола, както и за препращане към сайта на обслужващата ги институция през линк, който не са използвали традиционно до този момент;
- пазят устройствата си от физическа кражба.

Чрез тези средства потребителите могат да се защитят и **при кражба на устройство, акаунт или цифров сертификат.**

Високите такси могат да се преодолеят от увеличаващата се конкуренция в сектора. Малките „играчи“, които нямат други конкурентни предимства и не са познати на широк кръг купувачи, могат да си осигурят предимство посредством намаляване на таксите за обслужване. От друга страна, лидерите на пазара могат да намаляват тези такси, тъй като реализират икономии от мащаба.

Едно от основните предизвикателства, пред които са поставени операторите, предлагащи електронни и мобилни разплащания, е осигуряването на **непрекъснатост на услугата**. Това може да се постигне чрез:

- съхраняване на данните в център за данни;
- осигуряване на независимо електрозахранване на уеб-сървърите, обслужващи системата;
- осигуряване на непрекъснатата свързаност и комуникация, посредством Интернет, чрез ползване на услугите на повече от 1 доставчик, както и на собствена Интранет свързаност;
- 24 часов екип по поддръжка на системата и др.

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

PESTLE анализът показва някои слабости на политическата, икономическата, социалната и технологичната среда в България, за преодоляването на които също могат да се предприемат множество действия.

Страната ни трябва да се справи с непрекъснато нарастващото ниво на **корупция и на бюрокрация** във всяка обществена сфера. Повсеместното прилагане на електронните и мобилните разплащания е един от способите за намаляване влиянието на човешкия фактор, което води до понижаване на техните нива.

Анализът на **социалните фактори** сочи, че българите като цяло добре приемат новите технологии и биха искали повече да използват безличните плащания както за закупуване на стоки и услуги, така и за плащане към държавни институции. Въпреки това значителна част от населението няма доверие в новите платежни инструменти. Това се дължи, от една страна, на високата възраст на голяма част от скептиците, както и на липсата на сигурност към подпомагащата разплащането технология, от друга. Постигането на по-високо ниво на образование прави индивида „по-отворен“ и адаптивен към промените в заобикалящата го среда и най-вече към непрекъснато развиващите се ИКТ. Необходимо е да се засили личностната мотивация за образование и обучение през целия живот чрез програми и курсове, насочени към усвояване на различни компетентности, включително и дигитални.

Технологичните фактори са с най-голямо значение, що се отнася до онлайн разплащанията. Сред тях тревожно ниско е нивото на проникване на Интернет и използването на електронната търговия и електронните финансови услуги спрямо останалите страни в Европейския съюз. За повишаване на достъпността до Интернет е приета „Национална програма цифрова България 2015“, която отразява новата роля на Интернет като критична инфраструктура и жизнено важна среда за икономическа и обществена активност.

Заклучение

Необходимостта от мобилните и електронните разплащания е породена от непрекъснатото нарастване дела на продажбите на стоки и услуги онлайн за сметка на тези в традиционните магазини. В световен мащаб е налице непрекъснат растеж по отношение на безналичните разплащания, като увеличаването е най-видимо при електронните и мобилните плащания.

България, макар и с по-занижени темпове, следва световните тенденции по отношение на дифузията на електронните и мобилните системи за разплащания.

Въз основа на SWOT и PESTEL анализи могат да се изведат силните и слабите страни, възможностите и заплахите, които стоят пред електронните разплащания, както и да се покаже мястото на България на политическата и социално-икономическата карта на Европейския съюз. За преодоляване на констатираните слабости и заплахи, както по отношение на технологията на електронните разплащания, така и във връзка с тяхното прилагане в България, могат да се дадат множество препоръки за решаване на разкритите проблеми както на национално, така и на институционално и на потребителско ниво. Вниманието трябва да бъде насочено в посока ограничаване на рисковете и заплахите, свързани със сигурността на електронните разплащания, както и към предприемането на мерки за популяризиране на този тип трансакции.

Цитирана и използвана литература

1. Пазарен компас. Българите – начин на живот. 2013.
2. Basscom, Meys. Bulgarian national PESTLE and SWOT analysis. 2011.
3. BICA. PEST Analysis of Bulgaria. 2012.
4. Richtel, M. EBay to Buy PayPal, a Rival in Online Payments. The New York Times, 2002.

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ ...

5. Zorc, S., Manfreda, A., Lampret, D. etc. Digital Content SWOT Analysis. 2012.
6. Телефонът е моят портфейл. <http://www.capital.bg>
7. Google Wallet, <https://www.google.com/wallet/faq>
8. <http://computerworld.bg>
9. <http://mashable.com/category/mobile-payments>
10. <https://mobio.bg>
11. <http://www.nfcworld.com>
12. <http://pcworld.bg>
13. <http://www.bnb.bg>
14. <https://www.consumerbarometer.com>
15. <http://www.ePay.bg>
16. <https://www.mobb.bg>
17. <http://www.nsi.bg>
18. <http://web.cellum.bg>

БИЗНЕС управление

Стопанска академия
„Д. А. Ценов“ – Свищов

Година XXVII, кн. 1, 2017

СЪДЪРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГ

ВЛИЯЕ ЛИ КУЛТУРАТА НА СТРАНАТА ПРИЕМНИК ВЪРХУ УСПЕХА НА ЧУЖДЕСТРАННИТЕ ТЪРГОВЦИ НА ДРЕБНО?

Доц. д-р Брент Смит,
ас. д-р Боряна В. Димитрова, ас. д-р Сейджун Ким 5

МЕНИДЖМЪНТ практика

АНАЛИЗ НА ВЛИЯНИЕТО НА ИНФЛАЦИЯТА ВЪРХУ РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ФИНАНСОВО-СТОПАНСКАТА ДЕЙНОСТ НА ТЪРГОВСКАТА ОРГАНИЗАЦИЯ

Доц. к.т.н. Алла И. Алексеева 25

ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ технологии

СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МОБИЛНИТЕ И ЕЛЕКТРОННИТЕ РАЗПЛАЩАНИЯ В БЪЛГАРИЯ

Ас. д-р Кремена Маринова 42

ОЦЕНКА НА ИНФОРМАЦИОННИ СИСТЕМИ ЗА ИНДЕКСИРАНЕ И АНАЛИЗ НА ОНЛАЙН ПУБЛИКАЦИИ

Гл. ас. д-р Пламен Христов Милев 60

СЧЕТОВОДСТВО и опит

АНАЛИЗЪТ НА ФИНАНСОВИЯ ОТЧЕТ В СИСТЕМАТА НА СЪВРЕМЕННИЯ ФИНАНСОВ АНАЛИЗ

Гл. ас. д-р Красимир Кулчев 80

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

Виктор Чужиков – Киевски национален икономически университет "Вадим Гетман", Киев, Украйна

Дадено за печат на 23.02.2017 г., излязло от печат на 02.03.2017 г.,
формат 70x100/16, тираж 50

© 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 1/2017

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



1/2017

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 – 20 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 - A4, 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 30 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 **APA Style (American Psychological Association)**, поместени тук: <https://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) 631-66-299
Стилов редактор: тел.: (+359) 631-66-335
E-mail: zh.tananeeva@uni-svishtov.bg ; bm@uni-svishtov.bg
Адрес: Стопанска академия „Д. А. Ценов“, ул. „Ем. Чакъров“ №2, Свищов, България