Икономически и социални алтернативи

брой 2, 2012 г.

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

Икономически и социални алтернативи

Главен редактор:

проф. д.ик.н. Иван Георгиев
(УНСС)

Редакционна колегия:

проф. д-р Благой Колев
(УНСС)

проф. д-р Лилия Чанкова
(Институт за икономически
изследвания на БАН)

проф. д-р Христина Балабанова
(УНСС)

проф. Христо Христов
(УНСС)

Адрес на редакцията:

София 1700
Студентски град "Христо Ботев"
УНСС, кабинет 3046
Тел..: (+3592) 81-95-654
e-mail: ealt@abv.bg,
ikonalt@unwe.acad.bg

ISSN 1314 – 6556
Възгледите на авторите
изразяват личното им мнение
и не ангажират редакцията
на списанието.

Предпечатната подготовка
е изпълнена от:
Издателски комплекс – УНСС

Печат:
Издателски комплекс – УНСС

СЪДЪРЖАНИЕ:

Статии

Конструктивно-критичен прочит
на търговското споразумение за борба
с фалшифицирането (АСТА)
Виолета Цакова 5

Модифицираната рационалност
като алтернатива на неокласическото схващане
за "homo economicus"
Дянко Минчев 21

Тенденция на интернационализация
и контратенденция на регионализация
в съвременния икономикс
Веселина Атанасова 36

Увеличаване на печалбата чрез избор
на клиенти в директния маркетинг
Красимир Маринов 54

Сегментирането на пазара на база
ценност – необходимо условие за успешно
ценообразуване
Татяна Нецева-Порчева 63

Относно размера на обезщетението
за бременност и раждане
Райна Койчева 75

Концентрацията на пазара на допълнителното
пенсионно осигуряване в България (2003-2011 г.)
Екатерина Тошева 81

Пазари за предвиждания
Благовеста Николова 97

Дискусия

Глобалната власт – рискове за близкото бъдеще
Георги Найденов
Калоян Харалампиев 111

Преглед

Моделиране на отговорността относно
неправилното представяне на информацията
във финансовите отчети
Пламена Недялкова 130

Състояние и проблеми на българската
промишленост в периода на прехода
Тома Николов 139

Съдържание и резюмета
на английски език 155

Към уважаемите читатели и автори
на сп. "Икономически и социални
алтернативи" 158

Конструктивно-критичен прочит на търговското споразумение за борба с фалшифицирането (АСТА)

Виолета Цакова

Резюме: В статията се разглеждат въпроси, поставени от приемането на нов международен договор в областта на защитата на интелектуалната собственост – АСТА.

С помощта на сравнителен анализ се разкриват различията между заложените в АСТА стандарти, процедури, мерки и средства за защита на интелектуалната собственост и уредените в други международни договори, в правото на ЕС и в националното законодателство. Извеждат се и се обосновават редица слабости на АСТА, които го представят като непрецизен и небалансиран по отношение на защитаваните от него права и интереси.

В статията се посочват възможните ползи от АСТА за икономиката и политиките на ЕС, за закрилата и защитата на интелектуалната собственост в България.

Ключови думи: АСТА, ТРИПС, интелектуална собственост, авторско право.

JEL: K12, K33, O34.

Потребност от АСТА

На 26.01.2012 г. България подписа Търговското споразумение за борба с фалшифицирането, известно като АСТА[1]. Новината се разпространи мигновено и предизвика крайно противоположни отзиви и бурни реакции. Дълго време това беше най- широко и най-емоционално дискутираната тема от медии, от създатели и потребители на интелектуална собственост, поляризирани като противници и защитници на АСТА. Причината за този висок интерес е фактът, че днес всеки от нас е свързан по един или повече начини с интелектуалната собственост като неин създател, разпространител или ползвател. Интелектуалната собственост стана важна част от нашия живот, нещо повече – нашият живот стана силно свързан и във висока степен зависим от нея.

Със сигурност всеки вече знае, макар и в различни степени на познанието си, какво представлява интелектуалната собственост. Накратко – това е собствеността върху резултатите от интелектуалните, творческите, креативните усилия на човека. Тези резултати са многообразни по вид и разнородни по природа. Те са навсякъде около нас и до нас във вид на изобретения, полезни модели, промишлени дизайни, търговски марки, литературни, научни, музикални, сценични, архитектурни и фотографски произведения, филми, произведения на изобразителните и на други видове изкуства. Общото в тази пъстра картина от интелектуални продукти е, че те са резултат от интелектуални дейности, а много често и резултат от значими инвестиции.

* Виолета Цакова е доктор, доцент в катедра "Интелектуална собственост" на УНСС, e-mail vtzakova@abv.bg

[1] Anti-Counterfeiting Trade Agreement

Интелектуалната собственост е призната и уредена в голям брой международни договори, в европейски директиви и регламенти и в националното ни законодателство. По силата на признаването ѝ, тя се ползва от защита в случай на посегателства върху нея. Защитата на интелектуалната собственост предполага по-специални грижи заради особености както на интелектуалните продукти върху които съществува, така и на тяхното използване. Някои от тези **особености** са:

- **интернационалният характер на интелектуалните продукти**, които независимо от националния си произход, могат да се използват на територията на много, дори на всички държави в света;

- **високата мобилност на интелектуалните продукти**, осигурена от информационните и комуникационните технологии, и най вече от интернет, без формалности и административни процедури;

- **значението на интелектуалните продукти за иновативността и конкурентоспособността на бизнеса**, което ги прави примамлив и предпочитан обект на посегателства и присвояване;

- **силната уязвимост на интелектуалните продукти към кражби**. Причината за това е, че те се появяват в реалния свят във форми и формати, които могат да се възпроизвеждат лесно, бързо, икономично и с високо качество. Най-лесно е присвояването на интелектуални продукти, които се създават и предлагат за ползване в цифров формат;

- **кражбата на интелектуални продукти е неосезаема**, тя не оставя следа (за разлика от кражбата на вещи, която се установява лесно). Това, както и усещането за безнаказаност, допълнително поощрява посегателствата;

- невъзможността притежателите на интелектуална собственост сами да следят за нейното правомерно използване и да я опазват от посегателства.

Посочените особености на интелектуалните продукти и проблемите със защитата на собствеността върху тях доведоха до **висок и постоянно засилващ се ръст на пиратството** и други посегателства върху интелектуалната собственост. Нелегалният бизнес с чужда интелектуална собственост има многопланов **негативен ефект** – кражба на работни места и ощетяване на бюджета, нелоялна конкуренция спрямо легалните бизнес участници, застрашаване на здравето, на личната и корпоративна сигурност, ерозиране на доверието в гаранционните и защитни функции на закона, в морални норми и общочовешки ценности.

Задължение на държавата е да осигури условия за упражняване на права, които е признала, и да гарантира защитата им в случай на посегателства върху тях.

На основата на всичко казано до тук могат да се направят следните **изводи**:

- правата на интелектуална собственост са признати и законово уредени;

- защитата на правата на интелектуална собственост се нуждае от специално внимание, грижи и активност;

- уредбата и защитата на правата на интелектуална собственост е проблем, който има не само национален, но и наднационален характер и решението му трябва да се дава както от националното законодателство, така и с международни договори.

Основи на АСТА

Активността в уредбата на интелектуалната собственост на международно равнище е много висока. В това отношение АСТА продължава сложилата се тенденция за повишаване равнището на закрила и стандартите за защита на интелектуалната собственост.

АСТА се основава на редица международни договори в областта на интелектуалната собственост, администрирани

от Световната организация за интелектуална собственост, като Парижката конвенция за закрила на индустриалната собственост, Бернската конвенция за закрила на произведенията на литературата и изкуството, Римската конвенция за закрила на правата на артисти изпълнители, продуценти на звукозаписи и излъчващи организации, Договорът за авторското право, Договорът за изпълненията и звукозаписите и много други. В най-висока степен обаче, АСТА се основава на Споразумението ТРИПС[2] и най-вече на неговата част III "Защита на правата на интелектуална собственост". По повод връзката на АСТА с ТРИПС, трябва да се каже, че АСТА не е специално споразумение към ТРИПС, а е самостоятелен международен договор, който развива защитата на интелектуалната собственост по ТРИПС, вкл. като я пренася към цифровата среда.

В много висока степен АСТА отразява положения от Директива 2004/48/ЕО за упражняването на правата на интелектуална собственост, чиито регулации държавите от ЕС, вкл. и България, са въвели във вътрешното си право. В този смисъл може да се каже, че АСТА е опит за пренасяне на установените в ЕС високи стандарти в защитата на интелектуалната собственост на широко международно равнище.

Новост на АСТА

Принципната новост на АСТА е, че това е **първият международен договор**, **който пренася защитата от физическата и към цифровата среда**, дава инструменти за контрол по спазването на правата на интелектуална собственост в интернет. Изпреварващо може да се каже, че това не е нов вид, несъществувала до момента защита. Новото е средата, към която тя се пренася и в която ще се прилага. Интернет средата се формира в края на XX век с малко писани и много неписани правила, разви се изключително бързо до мащаби, затрудняващи контрола, предложи многообразни начини и средства за използване, асоциира се с нови форми на проявление на основни граждански права и свободи.

Като новост на АСТА може да се посочи и стремежът за използване на всичко положително от правото на ЕС в областта на интелектуалната собственост, постигнато през последните години. Достиженията на европейското законодателство са отразени в различни директиви и регламенти, касаещи отделни обекти или режими на интелектуалната собственост, които АСТА се стреми да постави в единна правна рамка с общи процедури, мерки и средства за защитата на интелектуалната собственост. В този смисъл, **АСТА развива комплексния подход по ТРИПС в съответствие с новите реалности и новите потребности от уреждане на отношенията по повод интелектуалната собственост на основата на високите европейски стандарти.**

Формални дефекти в АСТА

АСТА е необходим и отдавна чакан международен договор в областта на интелектуалната собственост, предвид мащабите на интелектуалните кражби и тяхната експанзия в интернет. Той имаше всички основания да бъде коректен и прецизен, предвид създадената до момента добра основа в закрилата и защитата на интелектуалната собственост. Но това като че ли не му се отдаде. АСТА показва дори формални дефекти, някои от които ще бъдат коментирани.

[2] Споразумение за свързаните с търговията аспекти на интелектуалната собственост, което е Приложение 1 към Договора за Световната търговска организация, подписан 1994 г., към който България се присъедини 1996 г.

Наименование

Още самото наименование на споразумението – "Търговско споразумение за борба с фалшифицирането", предизвиква смущение. Дори ако пренебрегнем не дотам съответстващите понятия "търговско" (защото то не се ограничава до търговските аспекти на интелектуалната собственост) и "борба" (защото правните регулации не се борят с негативните явления, а им противодействат и дават защита срещу тях), то **наименованието на споразумението необосновано ограничава защитата само срещу фалшифицирането.** В действителност, равнопоставено на фалшифицирането и много често излизащо дори на преден план в АСТА е интелектуалното пиратство, което обаче не е отразено в наименованието. Подобно разминаване между наименование и съдържание на международен договор създава погрешна, в случая – стеснена представа и очакване за неговата насоченост и приложното му поле.

Основни параметри

Достойнство на международните договори е, когато те заявяват ясно своите цели, принципи и обхват, определят в пълнота и недвусмислено понятийния си апарат. При АСТА това не е постигнато. Дори непретенциозен прочит показва, че споразумението няма предмет и съответно не става ясно какво точно ще регулира в сложния спектър на проявления на интелектуалната собственост – нейната закрила, защита, управление, упражняване, администриране или всички заедно, или част от тях.

Неудовлетворително, според нас, е и решението по определяне на целите и принципите на АСТА чрез препращане към ТРИПС, без никакви уговорки за допълнения, разширения или акценти. Защото АСТА, както вече отбелязахме, не е специално споразумение към ТРИПС, а самостоятелен международен договор, подписан почти две десетилетия след него, подготвен да отрази нови реалности, поради което целта на ТРИПС не съответства в достатъчна степен на неговия замисъл и насоченост[3]. Аналогично е положението и с принципите на АСТА, за които също се препраща към ТРИПС. Подобна правна икономия или намерение да се заяви и покаже приемственост не е в интерес на новото споразумение. Защото приемственост и тъждественост не са едно и също, а в случая тъждествеността принизява ролята на АСТА и не кореспондира с нейните по-амбициозни цели и намерения. При така приложения подход, **АСТА остава без свой базис и с тягостни празноти във фундамента на конструкцията си.** Да не говорим за неудобствата на тези, които ще го ползват и прилагат. Те ще трябва да работят паралелно с двете споразумения, за да разберат какво и доколко АСТА възприема от ТРИПС и какво ново дава. Компенсирането на последиците от правната икономия ще става чрез собствени съпоставителни анализи, с всички рискове на неофициалното тълкуване.

Дефиниции

Важен елемент и ориентир при международните договори са дефинициите за базисните им работни понятия. В това отношение АСТА не може да получи адмирации. Предложени са 17 дефиниции, много от които са безпредметни поради еднозначността или известността си[4]. Други се отна-

[3] Чл. 7 на ТРИПС– Цели "Закрилата и защитата на правата на интелектуална собственост би трябвало да допринесат за **насърчаване на технологичното обновление, за трансфера и разпространението на технологиите, за взаимната изгода на производителите и потребителите на технологичните познания** по начин, водещ към социално и икономическо благосъстояние, както и за осигуряването на **равновесие между права и задължения**."
[4] Например, разписване на абревиатурите на АСТА, на СТО, на ТРИПС, идентифициране на Споразумението за СТО, пояснения за това що е "комитет по АСТА", "лице" и др.

сят до установени, възприети и безспорни понятия в митническото право[5] и не следва да са обект на изясняване/преповтаряне в това споразумение.

Същевременно, сред дефинитивните норми липсват такива, които да дават яснота за съдържанието на основни и/или широко използвани в АСТА понятия, които са от значение за предприемане на съответни защитни процедури и мерки, като например "търговски/нетърговски характер", "търговска цел", "пиратство", "съмнителни стоки", "приемливи/убедителни доказателства", "предполагаемо деяние", "предполагаемо фалшифицирана търговска марка" и др. Красноречив пример за непълнота и непрецизност на дефинитивните норми е определението на такова фундаментално за АСТА понятие като "носител на права". То няма съдържание, не очертава коректно и изчерпателно или поне примерно кръга на носителите на права, а се изчерпва с уговорката, че включва и сдружения[6].

От краткия анализ до тук става ясно, че една от причините за някои от сочените дефекти на АСТА – неяснота и неопределеност, е отсъствието на здрави опорни позиции и липсата на еднозначност и непротиворечивост в понятийния апарат.

Обхват

Приложното поле на АСТА не е определено изрично. По косвен път се разбира, и то отново чрез препратка към ТРИПС, че то обхваща всички обекти и всички права на интелектуална собственост[7]. Като амбиция това е впечатляващо, но дали е постижимо. Въпросът е провокиран от разнородността на обектите на интелектуална собственост, различията в правата на собственост върху отделните обекти, спецификата в отношенията по повод тяхното използване, особеностите при нарушаването на интелектуалната собственост върху определен вид обекти и най-вече различията в степента на опасност от конкретно нарушение на конкретно право за конкретен вид обект на интелектуална собственост. При всички тези различия, еднаквата регулация на защитата и ефектът от нея са под въпрос. Еднаквостта ще доведе до пренебрегване на разлики по същество и като последици. Защото не може да се сравняват по тежест на нарушението и последиците от него например, търговията с фалшиво лекарство, предлагането на дреха с имитирана марка и "свалянето" на музика от интернет.

Освен това, АСТА е непоследователен – веднъж постановява, че ще защитава всички обекти на интелектуална собственост по ТРИПС[8], а впоследствие позволява да бъдат изключени или сам изключва от обхвата на защита патентите за изобретения[9]. Подобен подход към изобретенията, които са основен обект на интелектуална собственост, не кореспондира с присвоената от ТРИПС цел на АСТА – за насърчаване на иновациите и на технологичния трансфер с поддържане интереса на лицата, които ги осигуряват. Опитите да се обясни изключването на патентите заради достъпа до лекарства не звучат убедително. За-

[5] Например, "претоварване", "свободна зона", "митнически транзит", "транзитно преминаващи стоки" и др.

[6] Чл. 5 (л) "носител на правата" включва федерации или асоциации, които имат необходимата правоспособност, за да предявяват права върху интелектуална собственост.

[7] Чл. 5 (з) и др.

[8] Обекти на интелектуална собственост по ТРИПС са обектите на авторско право и на сродните му права, търговски марки, географски означения, промишлени дизайни, патенти, топология на интегрални схеми и търговска тайна.

[9] Патентите за изобретения са изключени от защита по АСТА с два режима: пожелателно, в раздел 2 "Гражданскоправни средства на прилагане" и изрично, в чл. 13 – "Обхват на граничните мерки".

щото патентите се отнасят до много широк спектър от иновационни решения, които без съмнение поддържат и развиват иновативността и конкурентоспособността на икономиките. А когато висша цел, като например защита на общественото здраве, налага изключения, то те могат да бъдат уредени специално, без да се засягат идеята, духът и подходът на споразумението.

В целия текст на АСТА се открива и "дискриминация" по отношение на защитаваните обекти и права на интелектуална собственост, като **откровено се показва подчертано внимание и пристрастие към защитата на търговските марки и обектите на авторско право и сродните му права.** От многократното уговаряне, че защитата трябва да обхване "поне" тези обекти, както и от цялостния текст на споразумението, става ясно, че то е замислено и създадено, за да противодейства на нарушения по фалшифицирането на търговски марки и пиратирането на музика, филми и софтуер. При тази пристрастност, останалите обекти и права на защита изглеждат като поставени за "декорация". На това основание не е трудно да се прозре чии интереси и кои носители на права се защитават приоритетно от АСТА.

На основата на извършения до тук анализ могат да се направят няколко извода, но сведени до един, това е **"фалстарт" на АСТА** на основание недостатъчно кореспондираща му цел, ограничено съответстващи му принципи, непълно дефинирани понятия, неоднозначно определено приложно поле и диференциран по неясен признак подход при защитата на интелектуалната собственост върху различни обекти. При такава ситуация, "играчите" едва ли могат да бъдат отбор, едва ли ще могат да играят по единни правила и за победа.

Анализ по същество

С малко оптимизъм и кредит на доверие може да се приеме, че е възможно отсъствието на яснота за формални параметри на АСТА да се компенсира в работната му част с разписани ясни и приложими правила. Ще опитаме да преценим това чрез анализ на част от разпоредбите на споразумението, които се отнасят до авторското право и сродните му права. Извън обхвата на анализа остават въпросите, свързани с търговските марки и другите обекти на интелектуална собственост. Изборът на разпоредби, които ще бъдат коментирани се основава на два критерия: 1) новост на разпоредбата с възможните последици от нейното прилагане и 2) съответствие на разпоредбата с националното законодателство и правото на ЕС. Анализът ще се ограничи само до глава втора, която представлява – "същинската" работна част на споразумението, и хронологично ще се следва нейната структура по раздели.

Общи задължения

Още в раздел първи, който урежда общите задължения на страните по споразумението, намираме пропуск в чл. 6.4, който е незначителен на пръв поглед, но е повод за притеснение. Текстът уговаря, че АСТА не изисква от страните по него да търсят отговорност от свои длъжностни лица за "действия, предприети в изпълнение на техни служебни задължения." Смущаващото в случая е **принципното освобождаване от отговорност с отсъствие на изискване за добросъвестност** в действията на служителите. За сравнение, ТРИПС изисква добросъвестността като условие за освобождаване от отговорност[10]. Този "малък" пропуск при освобождаването от

[10] Чл. 48.2 на ТРИПС – общо уговаряне и чл. 58 (с) – специално уговаряне при прилагането на граничните мерки.

отговорност може да позволи прояви на недобросъвестност, дори на злоупотреби от страна на съответни длъжностни лица при изпълнение на служебните им задължения по прилагането на АСТА, независимо от наличието или отсъствието на умисъл за това.

Гражданскоправна защита

Един от способите за защита срещу нарушаване на права на интелектуална собственост е гражданскоправният. Той се инициира по молба на засегнатото от нарушението лице, отправена до съда. В молбата може да се иска постановяването на различни мерки, но главно за преустановяване на нарушението и обезщетяване за претърпените от него вреди.

Можеше да се каже, че уредената в АСТА гражданскоправна защита е изцяло в съответствие с Директива 2004/48/ЕО и с българското законодателство, ако не бяха някои притесняващи различия. Едното от тях е свързано с обезщетенията за вреди при нарушаване на авторски и сродни на тях права, уредени в чл. 9 на АСТА. Новото и тревожното в този член се свързва с няколко момента.

Първият е за **размера на обезщетението за вреди**. Чл. 9.1 предвижда вредите да могат да се определят на база различни мерки на стойността, вкл. чрез стойността на търгуваните в нарушение стоки или услуги, измерена по пазарни цени. Използването на тази база ще доведе до значително завишаване на размера на обезщетението, предвид големите различия в цените на легалните и на пиратските стоки и услуги и приемането на еднакви обеми на търговията с тях, каквито не биха се достигнали при търговия на легалния пазар.

Във връзка с посочената от АСТА база за определяне на вредите, съответно – на обезщетението при нарушения, ще направим кратък преглед по въпроса в законодателството на ЕС и на България:

- Директива 2004/48/ЕО изисква обезщетението, дължимо от нарушителя на притежателя на права, които са нарушени, да е в размер, съответстващ на действителните вреди[11];

- Законът за авторското право и сродните му права (ЗАПСП) изисква обезщетението да се определя на база действително реализираните (а не на база възможните) приходи по пазарни цени[12]. Цената на дребно на правомерно търгувани стоки и услуги е допусната като база за определяне на обезщетението само за тези случаи, при които няма достатъчно данни за размера на вредите от нарушението[13].

За коректност и пълнота ще добавим, че и трите нормативни акта изискват при определянето на обезщетението за нарушения да се вземат предвид и пропуснатите ползи. Но тези ползи се получават на реално експлоатирания пазар и реализираните на него сделки. Механичното пренасяне на индикаторите на този пазар към легалния не съответства на реалностите и създава преувеличена представа за пропуснатите ползи.

Вторият момент, създаващ притеснение във връзка с обезщетението, е съществуващата неяснота за начина на прилагане на две разпоредби на чл. 9, свързани с компенсацията за вреди от нарушения – коментирания вече параграф 1 и параграф 2, който постановява нарушителят да заплати на носителя на права получените от нарушението ползи. Сегашният запис на двата текста дава възможност за кумулативност в прилагането им, т.е. двукратно компенсиране на вредите

[11] Чл. 13.1 на Директива 2004/48/ЕО.
[12] Чл. 94, ал. 3 от ЗАПСП.
[13] Чл. 94а, ал. 1, т. 2 от ЗАПСП.

по две отделни схеми. Това ще създаде необосновано прекомерни тежести за нарушителя и не съответства на основния принцип за пропорционалност между тежестта на нарушението и налаганите за него мерки.

В чл. 9 на АСТА могат да се намерят и други "нововъведения" и празноти, свързани с обезщетението за вреди от нарушения. Ще се спрем само на още една неопределеност. Тя е заложена в чл. 9.3 (в) с предвиждането на т.нар. "допълнителни обезщетения" в случаите на нарушаване на авторски права, но без каквито и да било пояснения за основанията за такива обезщетения и тяхната същност, за случаите, условията, размера и процедурата по определянето им.

Известни притеснения предизвиква и текстът на чл. 10.2 на АСТА, съгласно който съдебните органи, въз основа на искане от носителя на права, могат да разпоредят унищожаване на устройствата, "преобладаващо" използвани за извършване на нарушение. Притеснението идва от възможността за различни квалификации на използването и преценката им (инцидентно, основно, преобладаващо, преимуществено, изключително и др.), както и заради вероятността устройствата да не са собственост на нарушителя и действителният им собственик да не знае, че те се използват за извършване на нарушение. Да си представим, че сте предоставили за ползване личния си преносим компютър на свой познат, а той го използва, като извършва най-вече действия, нарушаващи авторското право. По силата на посочената разпоредба на АСТА вашият лаптоп ще бъде унищожен, което не е нито справедлива, нито ефективна мярка за защита на авторските и сродните им права. За сравнение:

- Директива 2004/48/ЕО предвижда унищожаването на устройствата, използвани "основно" за извършване на нарушението, като една измежду други възможни мерки[14];

- ЗАПСП предвижда изземване от употреба на устройствата, използвани "изключително" за извършване на нарушението, но не и унищожаването им[15].

Основание да се счита, че АСТА въвежда нови международни стандарти в гражданскоправната защита без оценка за тяхното въздействие и ефективност и без условие за пропорционалност, дава и текстът на чл. 11, уреждащ правото на информация във връзка с нарушенията. Искането на такава информация е пожелателно в ТРИПС[16] и задължително според АСТА. Освен това, АСТА прави **две разширения**. Първо, по отношение кръга на лицата, от които може да се иска информация, като включва не само нарушителя, както предвижда ТРИПС, но и предполагаемия нарушител. Второ, по отношение на исканата информация, която освен за участващите в производството и разпространението на пиратски стоки и услуги и за техните канали на разпространение, както е по ТРИПС, може да включи и много други данни, с примерно посочване на такава информация: за средствата за производство, за всяко лице, участвало в което и да е аспект на нарушението или предполагаемото нарушение, както и за лица, за които се твърди, че са замесени в производство и разпространението на пиратски стоки или услуги и техните канали за разпространение.

В интерес на истината и за пълнота по въпросите, свързани с правото на информация, следва да се каже, че Директива 2004/48/ЕО съдържа направените в АСТА разширения, но заедно с това е предвидила

[14] Чл. 10.1 на Директива 2004/48/ЕО.
[15] Чл. 95, ал. 1, т. 4 от ЗАПСП.
[16] Чл. 47 на ТРИПС.

и **гаранция срещу злоупотреби с предоставената информация**[17]**, за каквато АСТА не говори.** ЗАПСП от своя страна е уредил възможно най-широко, в сравнение с АСТА и с Директивата, правото на информация за целите на събирането на доказателствен материал[18]. Тревогата в случая може да бъде по-скоро по отношение на размаха, с който ЗАПСП разгръща правото на информация, без достатъчно предпазни мерки за лицата, задължени с нейното предоставяне.

В групата на гражданскоправните средства за защита срещу нарушения внимание заслужава и уредбата на **временните мерки** в чл. 12.3 на АСТА. По принцип временните мерки имат превантивен характер и се предприемат с цел предотвратяване на нарушения или осигуряване на доказателства за нарушения. Те са обхванати в ТРИПС, в Директива 2004/48/ЕО и в националното законодателство[19]. Основната притеснителна разлика при уредбата на временните мерки в посочените нормативи актове и в АСТА е, че докато първите **предвиждат ясно процесуални гаранции на предполагаемия нарушител, то АСТА не дава такива**. "Нарушителят" не може да се противопостави на временните мерки и се обезщетява едва след като се установи, че не е извършил и не е имал намерение да извършва нарушение. До тогава чака безпомощно, без да има на разположение средства за противодействие на наложените временни мерки, като иска тяхната отмяна или изменение. Така неговата дейност се блокира за неопределено време, което може да е достатъчно дълго, за да убие бизнеса му, да го направи неконкурентен и дори да го извади от пазара.

Съпоставителният анализ на временните мерки по АСТА и по ТРИПС, Директива 2004/48/ЕО и ЗАПСП показва и други различия, като например:

- определянето на **срок** за действие на временните мерки по ТРИПС[20] и по Директивата[21] и отсъствието на такъв по АСТА;

- АСТА свежда временните мерки само до **изземване или друг вид задържане** на съмнителните стоки, на материалите и на инструментите, с които се извършва или може да се извърши нарушение, докато ЗАПСП определя по-широк набор от временни мерки за прекратяване или за предотвратяване на нарушение[22].

Гранични мерки

Граничните мерки представляват временно задържане от митническите органи на стоки, пренасяни през границата, за които има съмнение, че засягат чужда интелектуална собственост. Тези мерки не са същинско средство за защита, но осигуряват необходимо време на притежателя на правото да предприеме такава по съдебен ред. Освен това са и ефикасно средство за предотвратяване навлизането в търговската мрежа на територията на дадена държава и територията на ЕС на пиратски и фалшиви стоки.

Граничните мерки са уредени за първи път в ТРИПС. Прилагането им в ЕС е установено с Регламент 1383/2003/ЕО[23].

---

[17] Чл. 8.3 (в) на Директива 2004/48/ЕО.

[18] Чл. 95в и 95г от ЗАПСП.

[19] За разлика от АСТА, ТРИПС и Директива 2004/48, в които мерките се определят като "временни", в чл. 96а и други от ЗАПСП, те са наречени "привременни".

[20] Чл. 50.6 на ТРИПС.

[21] Чл. 9.5 на Директива 2004/48/ЕО.

[22] Чл. 96а, ал. 1 от ЗАПСП.

[23] Регламент на Съвета № 1383/2003 от 22 юли 2003 г. относно намесата на митническите органи по отношение на стоки, за които се подозира, че нарушават някои права на интелектуална собственост, както и относно мерките, които следва да се вземат по отношение на стоки, нарушаващи някои права на интелектуална собственост.

Бързият сравнителен анализ на уредбата на граничните мерки по ТРИПС, Регламента и АСТА показва, че **равнището на закрила по Регламента като цяло е по-високо от това в ТРИПС и в АСТА** по отношение на обектите и правата на интелектуална собственост и съответно не се налага въвеждането на нови стандарти в законодателството на ЕС и държавите членки. Някои от текстовете в АСТА обаче дават повод за коментар.

Първо, АСТА изисква защитата на интелектуалната собственост да разшири обхвата на наблюдение и контрол, като включи и **малките пратки** стоки, пренасяни през границата. За сравнение, по ТРИПС малките пратки принципно попадат в обхвата на граничните мерки, но се предвижда възможност за тяхното изключване[24], каквато възможност АСТА не предлага.

Второ, съгласно АСТА, по решение на съответната държава, в обхвата на контрол може да се включи и **личният багаж** на пътниците[25]. В случай, че той съдържа стоки с "търговски характер", ще е налице основание за прилагане на граничните мерки, т.е. на задържане. Притесненията във връзка с тази разпоредба идват от неопределеността на понятието "търговски характер". Вие може да пренасяте в личния си багаж пет или дори само един компакт диск, съдържащ музика или филм, който сте купили на чужд пазар и имате намерение да го ползвате лично или да го подарите. Въпросният компакт диск обаче е такъв предмет, който може да се тиражира в неограничен брой екземпляри и на това основание да бъде квалифициран като стока, внасяна с цел извършване на дейност с търговски характер.

Трето, докато ТРИПС и Регламента определят ясно **срока на задържането** на стоките[26], то АСТА използва неопределеното понятие "разумен срок". Преценката за разумност на срока обаче може да е различна от страна на различните държави, прилагащи АСТА, със съответните негативни последици от тези различия.

Четвърто, АСТА не предвижда разпоредба, уреждаща **обезщетенията** на вносителя, получателя и собственика на задържаните стоки, равностойна на тази в ТРИПС и Регламента. Текстът на чл. 18 на АСТА изчерпва въпроса с предоставянето на обезпечение или еквивалентна гаранция от носителя на права, поискал задържането. За сравнение, чл. 56 на ТРИПС предвижда обезщетение за всяка вреда, причинена на засегнатите от неправомерното задържане лица, а чл. 6.1 на Регламента изисква носителят на права да декларира поемането на своята отговорност за неправомерно задържане.

Наказателноправна защита

Правото на ЕС не съдържа наказателни разпоредби относно нарушения на интелектуална собственост, докато АСТА включва такива. На това основание може да се каже, че в областта на наказателноправната защита законодателството на ЕС не кореспондира със заложеното в АСТА и може да се наложи разширяване. Само по себе си това вече е принципна новост за правото на ЕС, в което наказателното право е област на споделена компетентност между ЕС и неговите държави членки.

В областта на наказателноправната защита внимание изисква най-вече чл. 23 на АСТА заради обхванатите от него нови и/или неясни текстове, уреждащи престъпните деяния.

[24] Чл. 60 на ТРИПС.

[25] Подобна пожелателна разпоредба има в ТРИПС (чл. 60) и в Регламент 1383/2003/ЕО (чл. 4.2), но до момента държавите членки на ЕС не са се възползвали от тях.

[26] Срокът на задържането е определен в чл. 11.1 и 13.1 на Регламент 1383/2003 с продължителност от10 работни дни и в чл. 55 на ТРИПС с продължителност до 10 работни дни.

Първо, чл. 23.1 на АСТА изисква криминализиране на пиратството на авторски произведения и обекти на сродни права, когато то е извършено в търговски мащаби. България, както и останалите държави от ЕС, отдавна са криминализирали пиратството, съответно АСТА не налага промени в наказателните закони на държавите членки. Новото е в предлаганата дефиниция за "**търговски мащаби**", която е твърде неопределена и неясна. Тя изисква включване в обхвата ѝ "поне извършването на търговска дейност с цел извличане на пряка или непряка икономическа или търговска изгода." Такова разбиране за търговски мащаб и особено уговорката за достатъчно минимално съдържание показват, че обхватът на действията, извършвани в търговски мащаби, може да бъде свободно определян. Освен това, макар да позволява ангажирането и на други критерии, дефиницията се опира единствено на целеви критерий. Съответно, за да е налице "търговски мащаб" на дадена дейност, достатъчно е тя да се извършва с цел извличане на пряка или непряка икономическа или търговска изгода – нещо, което е присъщо по принцип на всички сделки, вкл. на инцидентните сделки между физически лица. Следва да се има предвид, че в съчетанието "търговски мащаб" определящото е "мащаб", а той предполага праг на размера. **Търговският мащаб на една дейност не може да се преценява абстрактно** и на основание целта на извършването ѝ. Преценката се прави само във връзка с конкретен продукт и конкретен пазар. Казаното не е съобразено в дефиницията по АСТА. Според нея, видът и количеството на търгуваните стоки, мащабите и продължителността на извършване на дейността, както и обемът на пазара, на който тя се извършва, са игнорирани. При това разбиране за "търговски мащаби" има опасност от прекомерно разширяване обхвата на престъпните деяния. Не е за подценяване и рискът от накърняване на правото на свободно използване на авторски произведения и обекти на сродни права.

Второ, чл. 23.3 на АСТА предлага на държавите да преценят и да решат за криминализирането на неразрешеното копиране на **аудиовизуални произведения**, които се показват на публично достъпни места. В интерес на истината, у нас това деяние вече е криминализирано в Наказателния кодекс, но в общ, а не със специален текст, конкретизиращ обекта (аудиовизуално произведение) и действието спрямо него (копиране). В състава на престъпленията по чл. 172а, ал. 1 се включва и "възпроизвеждането ..... на чужд обект на авторско или сродно на него право, без необходимото по закон съгласие на носителя на съответното право", което деяние всъщност реализира неразрешеното копиране на аудиовизуални произведения, независимо от мястото, на което те се показват. **Идеята за специално уреждане на това престъпно деяние не е добра и не трябва да се възприема**, защото по аналогия може да се стигне до излишно размито множество престъпления, обособени по конкретни обекти и конкретни неправомерни действия с тях. Същинското основание за тревога всъщност идва от това, че може да се засегне правото на свободно използване на аудиовизуални произведения, вкл. чрез възпроизвеждането им за лично ползване. Защото АСТА предлага самото копиране да се квалифицира като престъпление, независимо от целта, заради която то се прави и последващото използване на направеното копие.

Трето, АСТА предвижда разширяване кръга на **наказателно отговорните лица** за извършени престъпления срещу интелектуалната собственост. В чл. 23.4 се установява наказателна отговорност за помагачество и за подбудителство, а в чл. 23.5 се предлага такава отговорност да може да се носи и от юридически лица. В българското наказателно право такива

възможности не съществуват. Евентуалното възприемане на предложеното с АСТА разширяване на кръга на наказателно отговорните лица е рисковано и опасно и в двете направления:

- по отношение на помагачеството и подбудителството, защото в процеса на създаване и използване на авторски произведения и обекти на сродни права се включват много участници и всеки от тях е поставен под заплаха да се окаже в положението на помагач или подбудител за извършване на престъпление;

- по отношение на юридическите лица, защото ще влезе в противоречие с принципи на наказателното ни право.

Защита в цифрова среда

АСТА е първият международен договор, който урежда защитата на интелектуалната собственост в цифрова среда. Веднага трябва да се направят две много важни уточнения. Първото, че АСТА не признава нови авторски или сродни на тях права. Правото на достъп до защитено произведение или обект на сродно право в цифрова среда, наричано също и "интернет право", е уредено още през 1996 г. в два договора на СОИС – Договора за авторското право и Договора за изпълненията и звукозаписите[27], а през 2000 г. в ЗАПСП. Второто уточнение е, че **интернет правото е равнопоставено на всички останали авторски и сродни на тях права**, уредени преди него, като правото на възпроизвеждане, правото на разпространение, правото на излъчване по безжичен път, правото на предаване по кабел и много други. Подобно на тях, интернет правото има изключителен характер и всяко негово упражняване, без разрешение на носителя му, се счита за нарушение. С други думи, защитата на интернет правото произтича от неговото признаване. Тя е уредена в законодателството на България и другите държави от ЕС с общо правило, относимо към всички авторски и сродни на тях права. Накратко: само притежателят на права върху музикално, аудиовизуално, литературно или друго произведение или тяхно изпълнение, или техен запис, може да предостави достъп до своето произведение, изпълнение или запис в интернет, както и само той може да даде изрично разрешение на конкретно лице да предостави достъпа. От това следва, че **не АСТА определя кое е законно и кое е незаконно** и на това основание ще се преследва. Определението е дадено в международни договори, в правото на ЕС и законодателствата на неговите държави членки. АСТА само насочва вниманието към интернет правото и изисква то да се защитава подобно на защитата на другите авторски и сродни на тях права. Това са принципните положения. Да видим как те са преобразувани в работни правила в АСТА.

Прилагането на правата в цифрова среда е уредено в един единствен член на АСТА. Това е чл. 27, който има седем параграфа и всеки от тях заслужава специално внимание, предвид основите, които се слагат в защитата на интернет правото. Тук ще се спрем само на някои от постановените с АСТА правила за защита на авторското право и сродните му права в интернет пространството.

Разбираемо най-голямо внимание заслужава параграф 4 на чл. 27, който предизвика масовите протести в България и в други европейски държави на интернет общества и потребители. Съгласно текста, доставчиците на онлайн услуги могат да бъдат задължени от компетентен орган да предоставят **информация за идентифицирането на потребител**, когато се предполага, че достъпът му в мрежата е използван за извършване на нарушение. Изпреварващо ще кажем, че тази разпоредба е пожe-

[27] Известни като "договори за интернет", приети 1996 г. и ратифицирани от Р България 2001 г.

лателна и не задължава страните по АСТА с възприемането ѝ. Но това не означава, че не заслужава анализ и коментар. В интерес на истината, текстът свързан с разкриването самоличността на потребител на интернет услуги е много обтекаем, недостатъчно ясен, а освен всичко е и непрецизен като превод. В действителност, става въпрос за процедура, която е уредена принципно в националното ни законодателство още преди появата на АСТА. Тя се свързва с необходимостта от идентифициране на лицето, за което се твърди, че извършва нарушение на авторско или сродно на него право. Без такава идентификация, граждански процес не може да се започне и защита не може да се търси. Изискването за разкриване на информация за потенциален нарушител не е нещо ново в правоприлагането, но под условие за конфиденциалност на информацията, незлоупотреба с нея и използването ѝ само за целите на съдебното производство.

И тук възниква въпросът – защо е тази враждебност към разпоредбата на въпросния параграф и какво я подхранва. Следващите редове са опит да се даде известна яснота по поставените въпроси, но без да се цели пълният им и непротиворечив отговор, защото такъв не може да се намери или да се извлече от текста на АСТА.

Преди всичко не става ясно, изискването за разкриване самоличността на потребител за кое съдебно производство се отнася – само за гражданското или и за наказателното. Неопределеността се създава от параграф 1 на чл. 27, който изрично посочва, че неговите текстове се отнасят и до двата способа за защита, както и от посоченото в параграф 4 основание за съдебното разпореждане - "юридически допустима жалба"[28]. На второ място идва притеснението за отсъствието на всякаква яснота по отношение на основанията, при които носител на авторско и сродно на него право може да поиска разкриването на самоличността на потребител на онлайн услуги. При това, не трябва да пропускаме, че активните за разкриването на тази информация няма да са първичните носители на такива права – автори и изпълнители, а посредниците, на които те са ги предоставили или са ги упълномощили с управлението им, т.е. издатели, продуценти, мениджъри, агенти, организации за колективно управление на права и други във веригата на довеждане на едно произведение или изпълнение до крайните потребители. Защото АСТА защитава в най-висока степен техните интереси, вкл. като им предоставя механизми за тяхното по-активно, дори агресивно реализиране. Друго основателно притеснение във връзка с разпоредбата на АСТА за разкриване на информация идва от това, че тя може да засегне както реални нарушители, така и ненарушители, в случаите когато техният интернет достъп се използва от друго лице, което извършва нарушение, експлоатирайки достъпа. По тази схема всеки потребител на интернет може да се окаже в положение на предполагаем нарушител, чиито лични данни да бъдат разкрити на основание прилагането на АСТА. Но това е само началото. Следва съдебен процес, в който потребителят се привлича като потенциален нарушител и трябва да се докаже, че не е такъв.

Казаното не е във връзка и не дава подкрепа на шумно и атрактивно защитаваните права на лична неприкосновеност, свобода на изразяването, на кореспонденцията и други права на комуникиране. Защото **незаконното си е незаконно – преди АСТА, след нея и дори без нея**. И сега споделянето

[28] В официалния превод на АСТА на български се използва понятието "юридически допустима жалба", докато в оригинала на английски език се използва понятието "legally sufficient claim", т.е. правно допустим иск. Това обаче е частен опит за пояснение, който не може да разсее създадената неяснота.

на чуждо произведение с неограничен брой потребители в интернет е посегателство върху авторски и сродни на тях права. Неопределеността е само в това, дали ще бъде квалифицирано като нарушение или като престъпление по преценка на съда. Защитата на авторското право и сродните му права не трябва да се смесва и да се противопоставя на правото за свободно споделяне на незащитена информация, лични мнения, коментари или становища, или дори на собствени произведения, за които авторите им не желаят да се ползват от протекциите на закона. За споделянето на такава информация никой никого не може да ограничава, разубеждава или да налага забрани. **Интернет си има свои правила и те ясно регламентират какво може и какво не може да се прави в мрежата**, стига тези правила да се познават и да се спазват. В този смисъл незаконното споделяне на чужди произведения и сега е незаконно, само че още не е "прихванато" като такова, не е поставено на фокус поради слабо правоприлагане.

Специално внимание заслужават параграфи 5 и 6 на чл. 27 на АСТА, които уреждат **технологичните мерки за защита** на права върху произведения, предоставени за ползване в цифров формат. С кратка информация, без претенции за нейната пълнота ще поясним, че технологичните мерки представляват всякакви технологични решения, които препятстват, ограничават или контролират неразрешения достъп до произведения, представени в цифров формат, като кодиране, водни знаци, пароли, PDF формати и много други.

Това което предлага АСТА е разширяване обхвата на технологичните мерки и по-агресивната им защита, насочена не само срещу тяхното заобикаляне, но и срещу производството, разпространението и вноса на уреди или продукти или предоставянето на услуги, които са средство за заобикаляне на технологичните мерки. Стандартите на АСТА обаче са въведени от години в българското законодателство[29]. Единственото ново е, че защитата се насочва не само срещу технологии, устройства, компоненти и услуги, които могат да се използват за заобикаляне на технологичните мерки, но и срещу продукти, вкл. компютърни програми. При разширената защита е възможно например, програмен продукт, който конвертира програма, да засегне нейния код, каквото вмешателство е недопустимо и на това основание да попадне под ударите на АСТА.

На основата на извършения до тук анализ на работната част на АСТА могат да се направят няколко **извода**:

- АСТА е нова стъпка в международната уредба на защитата на интелектуалната собственост, която в отделни положения предлага по-високи стандарти от установените в ТРИПС;

- като цяло, стандартите за защита на интелектуалната собственост в АСТА не превишават установените и прилагани от години стандарти в ЕС;

- като цяло въведените с АСТА процедури, мерки и средства за защита на интелектуалната собственост са уредени в българското законодателство.

Наред с тези "успокояващи" изводи може да се направи и един тревожен. АСТА не е "разписан" добре. Многобройни доказателства за това могат да се намерят както в направения тук, така и в други анализи. Най-слабата страна на АСТА е неяснота, непълнота, неопределеност, небалансираност и непрецизност до степен на противоречивост за много положения. Затова и в становището си за АСТА някои европейски депутати и специалисти се позовават на

[29] Те са уредени подробно в чл. 97, ал. 5, 6 и 7 от ЗАПСП, независимо от различията в понятията, с които оперира международното право – "технологични мерки", и българският закон – "технически средства за защита".

английската поговорка "Дяволът е в детайлите". Проблемът на АСТА е в **липсата на детайли, в непълнотите или прекалено общи текстове, което създава опасност за възможната преценка и решение** при тълкуване по много въпроси на прилагането на защитата на интелектуалната собственост.

Очаквани ползи и ефекти

В дебатите около АСТА, фокусирани върху неговата подготовка и подписване, технология на ратифициране, възможности за резерви по определени текстове, съответствие с правото на ЕС и националното законодателство, баланса между интересите на творците и гражданските права и други, извън полезрението останаха въпросите за положителните ефекти от АСТА.

Тук само ще посочим, без да изследваме, някои от възможните ползи от АСТА заради необходимостта от известен баланс на направения критичен като цяло анализ. Но трябва да се има предвид, че въпросът за ползите е най-важен и предопределящ отговорите и решенията по много други. Той изисква подобаващо внимание и специален анализ, какъвто авторът ще търси възможност да направи в отделен материал или ще се радва някой друг да го направи.

Независимо от общото впечатление, че АСТА е лобистко споразумение, насочено към защита интересите на големите компании в областта на развлекателната индустрия и най-вече на музикалната и филмовата, чрез него могат да се постигнат **общи ползи за икономиката и други политики на ЕС и неговите държави членки**. Като такива могат да се посочат:

- АСТА ще осигури **еднакво високи стандарти на защита** на интелектуалната собственост в международен план, като въведе в действие високите стандарти, установени в ЕС;

- АСТА води към **актуализиране на международните търговски правила** с поставянето на приоритетни ориентири за най-бързо развиващите се форми и обекти на търговска дейност – електронната търговия и търговията с интелектуални продукти;

- АСТА ще осигури гаранции за равнопоставеност на условията при които бизнесът в ЕС се конкурира с този в държави извън ЕС;

- АСТА ще защитава създадените в ЕС иновации, нови знания и културни продукти срещу посегателства и присвояване, което е от значение за иновативността и конкурентоспособността, може да подкрепи икономическия растеж и да защити работни места;

- АСТА ще насърчи износа на инвестиции и производства в държави, приели неговите стандарти за защита на интелектуалната собственост;

- АСТА ще създаде условия за обединяване усилията на различни държави за противодействие срещу нарушенията на интелектуалната собственост и срещу мащабната нелегална търговия с интелектуални продукти и др.

Колкото повече са държавите, присъединили се към АСТА, толкова по-голямо и осезаемо ще е проявлението на посочените ползи. Но поне засега държавите от БРИКС не показват желание за присъединяване. А това са държави, на чиито територии живее половината от населението на планетата и се произвежда половината от световната продукция. Някои от тези държави са и с най-бързо развиващите се икономики и с най-голямо пиратство на чужда интелектуална собственост. Спечелването им за каузата на АСТА ще е трудно и е въпрос на политика и балансиране на интереси.

Конкретно за България АСТА може:

- да допринесе за усъвършенстване на българското законодателство в областта на авторското право и сродните му права, което в сегашния си вид търпи много критики;

- да доведе до повишаване на знанията за интелектуалната собственост и в частност за собствеността върху авторски произведения и артистични изпълнения;

- да повиши вниманието и грижите към творците и да промени благоприятно отношението към техния труд по създаването на интелектуални продукти;

- да формира подобаващо отношение на уважение към резултатите от интелектуалните дейности на творците и съпричастност при тяхната защита срещу кражби;

- да ускори налагането и по-стриктното спазване на правилата при ползването на чужди произведения и изпълнения в интернет;

- да активизира правоприлагането в областта на защитата на авторското право и сродните му права във физическата и цифровата среда.

Заключение

Международен договор, който да урежда защитата на интелектуална собственост в съответствие с новите реалности, е повече от необходим, дори вече е закъснял. Подобен договор ще е надеждно и ефективно средство за противодействие на разрастващите се посегателства върху интелектуалната собственост. Нейното мащабно и безнаказано ограбване демотивира създателите на интелектуални продукти и има разрушителни последици за легалния бизнес, който създава или се основава на такива продукти. Сега този бизнес се задушава от присвояването на неговите интелектуални ресурси, настаняването на неговите пазари, отнемането на неговите клиенти, свиване на полагащия му се доход, съкращаване на необходимите за функционирането му работни места.

В такава враждебна среда не може да се оцелее с поединична защита. Нужно е общо, единно и силно противодействие. Един международен договор може да бъде ефективно средство за такова противодействие, но само ако отговаря на редица изисквания. Той трябва да е ясен, точен, прецизен и справедлив, да балансира интересите и да гарантира правата на всички участници в процеса по създаване и използване на интелектуални продукти, да дава решение на проблемите им, за да е приемлив за тях и да получи подкрепата им. Хармонизирането на всички тези изисквания трудно може да се постигне или поне не изведнъж. Но напрежението около АСТА, след неговото подписване, можеше в голяма степен да се смекчи, ако в подготовката му бяха ангажирани повече отговорност, реализъм, безпристрастност, прозорливост, балансираност и професионализъм. Това обаче се отнася към миналото или към бъдещето, но не и към настоящето, защото АСТА е факт.

Споразумението е такова, каквото е, с всичките му минуси и плюсове. Ако се ратифицира от ЕС и държавите членки, това ще е вследствие на компромис и ще доведе до загуба на доверие към европейските политики сред немалко хора. Ако не се ратифицира, това ще отложи неизвестно дълго във времето момента, в който държавите ще имат на разположение необходимия им международен договор за защита на интелектуалната собственост. А дотогава нарушенията на интелектуалната собственост ще нарастват по мащаби и агресивност, стоящите зад тях сили ще укрепват позициите си, творците ще продължат да се разочароват, а индустриите, които създават или се основават на интелектуална собственост, ще увеличават загубите си.

Модифицираната рационалност като алтернатива на неокласическото схващане за "homo economicus"

Дянко Минчев*

Резюме: В статията е представено критично преосмисляне на една от основните хипотези на основното направление в икономическата теория, тази за рационално действащия икономически субект. На неокласическото становище е противопоставена концепцията за модифицираната рационалност в една от нейните форми – при стопански субект – индивид.

Ключови думи: рационалност, модифицирана рационалност, "homo economicus".

JEL: A10, A19, B59.

1. За понятието "рационалност"

Схващането на човека като рационално същество има своите корени в Европейското възраждане и Просвещение. Великите просветители – хуманисти издигат в култ човешкия Разум във всички области на съзнателната човешка дейност – знанието, етиката, политиката. Оттук тази характеристика се прехвърля и върху икономиката. Но трябва да се има предвид, че идеите на просветителите съвсем не се разпростират сред широките маси, поне не с такава бързина, че да можем да търсим повсеместно рационално поведение[1].

Разумът[2] се дистанцира от Вярата през XVIII век, формирайки комплекс от възгледи, наречени рационализъм, но това не означава, че с вярата е свършено. Нещо повече, именно тя има по-силно влияние сред непосветените в идеите на Просвещението – широките народни маси. Именно в този дух на рационализъм въздейства и господството на протестантството и калвинизма, като чрез вярата се формира специфично практическо поведение в Западна Европа и САЩ, което се заключава в пестеливост, трудолюбие, скъперничество, отказ от удоволствия. Това формира едно отношение, което може да бъде наречено стремеж към рационално поведение, и то само по отношение икономията на труд или, което е същото, към натрупване на материално благополучие. Поведение, което съвсем не

*Дянко Минчев е доктор, доцент в катедра "Икономика" на Русенския университет "Ангел Кънчев", e-mail: dminchev@ uni-ruse.bg

[1] "По силата на едни или други причини човекът от всекидневието не разполага с реална възможност да използва средствата на Разума, тоест на културата (познанието, изкуството, морала), за да проникне до същността на своето време и по-нататък да успее да приложи тези средства за своето благоприятно развитие. Разумът като актуална сила на културата се оказва достъпен за един определен и ограничен интелектуален елит; обикновените хора обаче още дълго време остават далече от това да могат да пожелаят или да успеят да употребят разума като средство за подобряване и за подреждане на своя всекидневен живот – защото те тотално го подменят със "здравия разум"."(Стефанов, И., Природата на културата, София, издателство "Аскони", 1998, с. 142.)

[2] Разумът тук се разбира като логическа дедукция въз основа на експлицитни изходни положения (картезианство) и се свързва с Р. Декарт и неговите последователи.

означава рационални действия по дефиниция, а само, че една част от хората са попестеливи и следователно по-рационални от гледна точка на материалното благополучие, отколкото останалите. Същинският рационализъм е рационализмът на Разума, от който дори и протестантите и калвинистите са далеч. Нещо повече, самият интелектуален елит може да се окаже извън икономическия рационализъм, ако не работи в тази област или пък е психологически несъвместим с поведение, което е икономически рационално.

Следователно стигаме до обобщение – изкристализиралите разновидности на рационализма, свързани с полемиката между Вебер и Брентано: аскетичен рационализъм и хуманистичен рационализъм[3]. Едната разновидност е поведение, резултат от протестантската аскеза, представена от Вебер, а другата е рационализмът, въплътен в хуманизма[4] – рационализъм на Просвещението, научен рационализъм.

В икономическата литература се срещат различни интерпретации на понятието рационалност и различно отношение към него[5].

От една страна то имплицитно се схваща като съдържание на "homo economicus". Р. Бар и Ф. Тьолон, след като представят мнението на автори като М. Вебер, В. Парето, К. Попър за рационалността, заявяват: "Заедно с А. Сен можем да кажем, че ако е нереалистично да се разглеждат индивидите като чисто рационални, то е още по-нереалистично да ги разглеждаме и като ирационални. Хипотезата за рационалността на поведението се очертава следователно като почти неизбежна, а трудността се състои в това да ѝ се даде точното съдържание."[6] След това двамата автори представят два основни вида рационалност според съдържанието – субстантивна (същностна) рационалност и ограничителна (процедурна) рационалност. Субстантивната[7] е същността на "homo economicus", докато ограничителната е корекцията на субстантивната. Тя се свързва с Хърбърт Сайман, който счита, че в процеса на избора е възможна ограничена рационалност.

От друга страна, схващането на човека като рационално същество ("homo economicus") се критикува. Ако приемем думата "рационален" в първото и значение, то рационалното поведение ще зависи от гледната точка, защото това, което е рационално за един, може да е ирационално за друг. На това обръща внимание още М. Вебер при полемиката си с Брентано по отношение на рационалността. "Брентано (*ор.*

[3] Виж Вебер, М. Протестантската етика и духът на капитализма. София. Просвета. 2004., с. 177.

[4] Необходимо е за по-голяма пълнота да посочим, че Вебер не отрича хуманистичния рационализъм. В бележка 304 той казва: "Дори само тази (останала в непроменен вид) бележка би трябвало да покаже на Брентано, че никога не съм се съмнявал в *самостоятелното* значение на хуманистичния рационализъм. Че хуманизмът същевременно не е *чист* "рационализъм", категорично отново подчертава в последно време Боринski в Abhandl der Munchener Akad. Der Wiss.,1919." (цит. съч.,с. 246).

[5] Когато направим справка в речника на чуждите думи намираме, че думата "рационален" означава: "разумен, целесъобразен, смислен" (Речник на чуждите думи в българския език. София. 1982.) Преводът на думата "rationale" показва следните значения на български език: "I. 1. разумен; разсъждаващ; благоразумен; смислен; 2. рационален; получен въз основа на разсъждение. 3.лог. рационален. II. 1. мислещо/разумно същество;" (Ранкова М., Т. Атанасова, И. Харлакова. Английско-български речник. T.II. С. 1990.) Но философи и психолози понякога правят разлика между разумно и рационално. Рационално действие имаме тогава, когато следваме някакъв предварителен план, а разумно е това, което служи на живота и го укрепва като биологична перспектива. Следователно можем да имаме пълно и непълно покритие между рационално и разумно. Рационалното действие може и да не е разумно, а нерационалното може да е разумно. От тази гледна точка научният рационализъм би трябвало да е разумен.

[6] Бар, Реймон, Фредерик Тьолон. Политическа икономия, т. I. София, Кама.2002, с 129.

[7] Субстантивната се представя понякога и като оптимизираща (вж. пак там: Бар, Тьолон, с. 131.), но това внася известно объркване от гледна точка на защитаваната тук теза, която не отрича стремежа към оптимизиране, а възможностите на субекта да го направи в смисъла, който влага неокласическата теория.

cit., S.125, Anm.1) взима тази бележка като повод, за да критикува по-късните мои анализи на "рационализирането и дисциплинирането", на които оставащата в света аскеза подлага човека; това било "рационализиране" по посока към "ирационален начин на живот". Всъщност точно така е. "Ирационалното" не е нещо постоянно в себе си, то е ирационално винаги от определена "рационална*" гледна точка.* За нерелигиозния "ирационален" е всеки религиозен начин на живот, за хедониста – всяко аскетично поведение, колкото и те да представляват "рационализиране" съобразно финалната си ценност. Ако настоящото изследване изобщо има някакъв принос, той би трябвало да се търси в стремежа привидно еднозначното понятие за "рационално" да бъде разкрито в неговата многостранност[8].

Понятието "рационален" е много относително. Това произтича от сложната човешка природа. Отделният индивид често фаворизира собствената гледна точка, преценява чрез нея и разбира по различен начин понятията "рационален" и "разумен"[9].

Всъщност, Саймън е бил съвсем прав, не само когато е изказал становището, че икономиката трябва "да се основава на реалистични, а не на измислени концепции за човешкото поведение"[10], но и че "икономическите агенти са неспособни да "максимизират", дори ако го желаят"[11].

2. Понятието "модифицирана рационалност"

При положение че под рационален разбираме разумен или извлечен на базата на размишления, трябва да приемем, че човек не е напълно рационален, което не означава, че не действа разумно, а че не действа само разумно. Ако интерпретираме Х. Саймън, човек търси, стреми се към задоволително решение и щом го постигне, той прекратява избора, въпреки че може да има и по-добри алтернативи. Реално не съществуват рационални икономически субекти, а само стремящи се към рационално поведение.

Затова е по-реалистично да използваме понятието "модифицирана рационалност"[12]. То следва от комбинацията на разум и чо-

[8] Вебер, М. Протестантската етика и духът на капитализма. София, Просвета. 2004., с. 79.

[9] Дж. Залтман пише: "Често срещана грешка е да се допуска, че тъй като решението не е добре обмислено или "рационално", трябва да е "ирационално" и по някакъв начин – погрешно. Както беше споменато в предговора на тази книга, аз съм член на Инициативата "Разум, мозък, поведение" на Харвардския университет – група от 35 преподаватели от всички области на университета, които имат за задача да изследват въпросите от многодисциплинарна гледна точка. Неотдавна посветихме цяла година на изследване на (и)рационалността. Един от оформилите се уроци е, че начинът на разглеждане на нещата на наблюдателя, т.е. гледната точка на мениджъра или изследователя, не е надеждна призма за преценяване на "разумността" на мислите и действията на друг човек. Когато мениджърите или изследователите твърдят, че потребителите са ирационални, казват повече за собствената си система за мислене, отколкото за тази на потребителите. Всъщност те признават, че не разполагат с дълбоко разбиране на потребителите. Друг урок беше, че "рационалността" най-полезно се преценява от гледна точка на това дали последствията от определено поведение са полезни или вредни. Това включва последствията за потребителя, както и за другите, засегнати от действията на потребителите. Потребителите могат да вземат решения, които са вредни за тях самите и за другите, и това едва ли изглежда рационално или разумно. Тези вредни последствия може би се компенсират от други "ползи", които не са видими за конвенционалните изследователски методи." (Залтман Д. Как мислят потребителите? София, "Класика и стил", 2006, с. 343)

[10] Блауг, М. Големите икономисти след Кейнс. Велико Търново. 1998., с. 226.

[11] Пак там, с. 225.

[12] Разбира се, рационални действия не могат напълно да се изключват. По повод на разумните обяснения на потребителите Залтман продължава: "Тези разумни обяснения едва ли са напълно погрешни. Критичният въпрос е колко пълни са те. Ако пъзел има само три парчета, а вие разполагате с две, сигурно ще можете да се ориентирате какво ще е третото. Ако обаче пъзелът е с 500 парчета и имате само няколко от по-важните, голямата картина завинаги ще остане загадка за вас." (Залтман Д. Как мислят потребителите? София, "Класика и стил", 2006., с. 61)

вешка душа. Разумът е израз на абсолютната рационалност, доколкото такава въобще е възможна, а човешката душа[13] – на всички онези фактори, въздействащи на човешкото поведение, които не са разум, а всичко останало – чувства, вяра, инстинкти и т. н. Именно те модифицират разума и не дават възможност той да се прояви в максимално възможната форма. Тази модификация е различна при различните стопански субекти (хора) и затова едни изглеждат рационални, други по-малко рационални, а трети – нерационални.

Понятието "модифицирана рационалност" напълно съответства на концепцията за човека като единство на природна и обществена материя, на материя и съзнание, на природа и култура и изобщо на противоречива същност. Тя е нещо съществуващо между аскетичния и хуманистичния рационализъм.

Към ограничената рационалност на Х. Саймън, която се базира преди всичко на недостатъчното и непостижимо знание, можем да добавим модифициращи фактори, дължащи се както на противоречията в личността (индивида), така и общественото проявление на тези противоречия (обществената среда). Анализът, необходим за рационалното поведение, базиран на разума е премесен с чувства, съзнателното е подложено на "подривната дейност" на подсъзнателното, трезвата преценка е коригирана с морални норми, обществено мнение (в т.ч. предразсъдъци) или пък с внушения отвън[14].

Масовият човек е конкретизация на определена култура, която е същевременно среда и обща тенденция в неговото развитие. Именно културата предопределя как ще действа в общия случай човекът. А дали това е рационално зависи не само от научните формулировки за това понятие, а и от тълкувателния ракурс, от съответната социокултурна среда. Първото е далеч от масовия човек, второто може да не съвпада със западноевропейското му тълкуване.

Освен това действията на човешкия индивид се определят не само от окръжаващата среда, но и от неговия характер, а той не предполага винаги рационално отношение към средата. Или "начинът, по който човек действа, чувства и мисли, в значителна степен се определя от особеностите на неговия характер и изобщо не може да бъде разглеждан като резултат от рационално премерена реакция на реалната ситуация."[15]

Индивидът е в основата на всяка човешка дейност, затова може да се каже, че и трите вида основни стопански субекти–индивид, фирма и държава са с поведение, за което е характерна модифицирана рационалност.

Тезата, която критикувам тук е тази на неокласиците – субстантивната рационалност, която най-общо погледнато може да се смята за съдържание на "homo economicus"– човек, който в своите действия се ръководи от отношението ползи/разходи, стремейки се да го максимизира.

3. Модифицирана рационалност

[13] В случая "човешка душа" е контрапункт на разума, а не дефинитивно. Известна е различната интерпретация на това понятие от философи, теолози и психолози. Донякъде това се отнася и до "разума".

[14] "Предполага се, че повечето хора са личности, свободни да мислят, да чувстват, да действат по своя воля. Това е не само общото мнение за съвременния индивидуализъм. Всеки човек искрено вярва, че той е "той" и че неговите мисли, чувства и желания са "негови". Макар между нас да има и пълноценни личности, това убеждение в повечето случаи е илюзия, и то опасна, тъй като пречи за отстраняването на причините за тази заблуда." (Фром, Е. Бягство от свободата, София, изд. "Захарий Стоянов", 2001, с. 185.)

[15] Фром, Е. Отвъд веригите на илюзиите, София, изд. "Захарий Стоянов", 2002., с. 94.

при стопански субект – индивид

3.1. Теоретични основания

Нерешен остана теоретичният въпрос: как да се разбира модифицираната рационалност – като отклонение от пълната рационалност или като самостоятелна концепция за поведението на пазарния субект (най-вече индивидуалния, но не само той)? Различните тези за ограничена рационалност се представят като епициклично разширение на теорията за пълната рационалност, но все повече автори споделят мнението да се спрат дебатите по това вярна ли е неокласическата концепция или не и да се приеме тезата за ограничената рационалност[16]. Моето разбиране е, че модифицираната рационалност е концепция, претендираща за самостоятелност, контрапункт на неокласическата, въпреки всички опити да се задържи концепцията за пълната рационалност.

Човекът, особено в качеството му на потребител и в по-малка степен на производител, е недостатъчно рационален, модифицирано рационален, противно на твърденията на неокласическата школа. Ако всички хора бяха рационални, нямаше да стои проблемът за ефективността на производството и потреблението. Известно е, че хората започват често бизнес на тъмно – без да знаят какво ще се случи и действат по метода "проба – грешка" и по подражание[17]. Съществува както ограничена информация, така и ограничена възможност да се обработи наличната информация, както твърдят Ф. Хайек и Х. Саймън.

Чертите и ситуациите, които го характеризират като такъв, ни отвеждат към същността на човека и неговата жизнената среда.

Човекът, в масовия случай, както показа и анкетата, представена по-долу, се интересува първо от задоволяването на потребностите и ако доходите му позволяват това, не държи сметка за разходите. Едва когато доходите му са недостатъчни, той ги съпоставя с ползата, и то в рамките на своята социална група. Понеже доходите са винаги недостатъчни, съпоставени с желанията – ще заявят неокласиците – човек се държи рационално. Вярно, но непълно, защото за окончателното решение се намесват и много други фактори. Оскъдността тласка човека към рационално поведение, но същевременно го ограничава откъм целта (задоволяване на потребностите) и той действа принудително, което често го застявя не да съпоставя ползите с разходите, а просто да си осигури приемливо съществуване. Човек иска да поддържа определен стандарт на живот, без да се замисля за ефективността и бъдещето. Примери за това са животът на кредит, както и теорията на Джеймс Дюзенбери за това, че равнището на потребление се определя не от абсолютната, а от относителната величина на дохода, за да се поддържа достигнато обществено положение и престиж в жизнения стандарт. Човекът в повечето случаи търси задоволително удовлетворяване на своите потребности в зависимост от ценностната си ориентация, а няма максимизиращо поведение.

Можем да приемем, че отделни хора се стремят да бъдат рационални, но никога не успяват напълно, защото са заобиколени от нерационалност, изпитват влиянието на обществената среда[18] и индивидуалния си характер. Потребителите, както и производителите, по своята рационалност, се разполагат в един широк диапазон от нерационалност до рационалност. (тук под

[16] виж по-подробно Атанасов, А., Върху теорията за рационалния избор и нейната еволюция. Научни и методически проблеми на преподаването на икономическата теория, София, 2005.

[17] "В общество, даващо на индивида с рационално поведение предимство, рационалните методи ще се развиват все повече и ще се разпространяват чрез подражание" (Хайек, Ф., Право, законодателство, свобода. София. УИ Св. Климент Охридски. т. 3., 1998, с. 99.

[18] "Хората не живеят само с разума си. Те не могат да преценяват и да действат рационално, преследвайки интересите си, ако не се стремят да определят собственото Аз. Политиката на интересите предполага идентичност." (Хънтингтън, С., Сблъсъкът на цивилизациите и преобразуването на световния ред, София., "Обсидиан", 1999., с .136.)

рационалност разбирам, в съгласие със субективната и неокласическата школа, пазарен субект, който винаги се стреми да вземе решение, съпоставяйки получената полезност с разходите направени за това). Но дори и тези, които се намират в зоната на рационалността, не са истински рационални и за това им пречи човешкото в тях, най-често чувствата (към себе си и към другите). От друга страна, това са много малко хора, като правило недолюбвани от себеподобните, наричани според времето и мястото по различен начин – скъперници, стиснати, скръндзи, роботи.

Останалите са нерационални като правило, но различни в своята нерационалност. Най-голяма е групата на средно нерационалните (рационалните), които се отнасят с презрение както към рационалните (скъперниците), така и към нерационалните (най-нерационалните) – прахосници.

За субективната школа (и нейните последователи от съвременната икономическа мисъл) това деление няма значение, защото рационалността се извежда от връзката желания – оскъдност, а не от някаква предварително дефинирана рационалност. Не трябва да се забравя, обаче, че и скъперникът, и прахосникът не са рационални в смисъла на субективната школа, защото макар техните действия да са в съзвучие с желанията им, именно желанията им, като функция на характера, правят така, че едните да не максимизират полезността, а другите да не минимизират разходите.

Трябва да се има предвид още нещо важно. Като купувач индивидът действа, воден от различни мотиви. При покупка на дълготрайни предмети за потребление изборът е направен предварително (в съзвучие с тезата на П. Самуелсън за предявените предпочитания) и за целта предварително се натрупват необходимите средства. При предметите за краткотрайна употреба (храна) настроенията и желанията се сменят понякога толкова бързо, че самият купувач не знае съдържанието на цялата кошница при покупката. Изборът е податлив на емоциите, често без оглед на предварителна съпоставка с разходите. В противен случай рекламата няма никакви изгледи за успех. "Типичният купувач в супермаркета преминава покрай около 300 артикула в минута. Като се има предвид, че 53 на сто от всички покупки се правят импулсивно, ефективната опаковка привлича вниманието, представя свойствата, внушава доверие и прави благоприятно впечатление" [19] – съветва Котлър. Подобна позиция подкрепя и Залтман[20].

Интересен експеримент, който демон-

[19] Котлър Ф., Управление на маркетинга. Структура на управлението на пазарното предлагане, София, изд. "Класика и стил", 2002, с. 370.

[20] "Много мениджъри продължават да вярват, че потребителите вземат преднамерени решения, т.е. съзнателно обмислят индивидуалните и относителни стойности на характеристиките на дадена стока и вероятността тя да реализира приписваната стойност, а след това преработват тази информация по някакъв логически начин, за да достигнат до преценка. Например потребителите се натъкват на автомобил, съзнателно оценяват ползата от него характеристика по характеристика и решават дали да го купят. Или идентифицират определена потребност, например транспорт, търсят избор на възможности, които биха задоволили тази потребност, оценяват "за" и "против" всеки вариант, изчисляват стойността на цялостното удовлетворение, което би се извлякло от всеки вариант, и след това вземат добре обосновано решение.

Вземането на решения от страна на потребителите понякога наистина включва това т. нар. рационално мислене. То обаче не изобразява адекватно начина, по който потребителите правят избор. В действителност някои от изследванията, които първоначално подкрепят подобно мислене, днес отбелязват този тип вземане на решения като изключение, а не като правило. Както се оказва, процесът на избор е относително автоматичен, произтича от навици и други безсъзнателни сили и е силно повлиян от социалния и физическия контекст на потребителя. В действителност емоциите на хората са тясно преплетени с процесите на разсъждение. Макар че мозъкът ни има отделни структури за преработка на емоциите и за логическите разсъждения, двете системи общуват една с друга и *съвместно* влияят върху поведението. Още по-важното е, че емоционалната система – по-старата от двете от еволюционна гледна точка, обикновено *първа* оказва влияние върху нашето мислене и поведение. И освен това емоциите допринасят и са съществени за доброто вземане на решения." (Залтман Д., Как мислят потребителите? София, изд. "Класика и стил», 2006., с. 8.)

стрира нерационално поведение на потребителите, представя Дан Ариели в книгата си "Предвидима ирационалност". Той се състои в следното. В една обществена сграда изследователите поставят една маса с два вида известни шоколади, единият обикновен, другият значително по-реномиран: обществено познати, с различно качество, с цени за 1 брой съответно – 1 цент и 15 цента. Отдалече се вижда надпис "По един шоколад на потребител", докато цените и видовете шоколади могат да се забележат, когато клиентът е достатъчно близо.

При това положение, 73 % от купувачите избират по-скъпия шоколад, а 27 % по-евтиния. Малко по-късно се повтаря експеримента, но при променени цени – и двете намалени с 1 цент. Цената на по-скъпия става 14 цента, а на по-евтиния – 0, т.е. той се дава безплатно. Резултатът в този случай е: по-скъпият е избран от 31 %, а безплатният – от 69 %[21]. Експериментът е убедително доказателство за непоследователността и оттук нерационалността от неокласическа гледна точка (съпоставка на полза с разходи) в поведението на потребителя.

За да бъде човек рационален пазарен субект, са необходими три предпоставки. Едната е свързана с високо ниво на образование, другата със специфичния тип индивидуална ориентация на характера[22], а третата – със средата. Важно е и коя от тях ще доминира в исторически даденото общество. Само при комбинация от социокултурна среда, тип характер и образование можем да получим рационално поведение. Образованието трябва да осигури съдържанието, типът характер – физиологическата енергия и импулси за нейната реализация, а средата – по-малко съпротивление. Такава комбинация е много рядко явление, но дори и когато е възможна, може да се предполага, че ще съществуват отклонения към нерационалност, дължащи се на емоциите.

Следователно, повишаването на образователното равнище на хората им дава възможност да се проявят като по-рационални, което е необходимо, но недостатъчно условие те да станат такива. Това се потвърждава и от провала на неокласическата доктрина и базираните върху нея идеи за решаване проблемите на развиващите се страни[23].

Нерационалността като характеристика на стопанските субекти поражда институцията на пазара като механизъм на координация и икономическото неравенство като състояние. Ако те (пазарните субекти) бяха рационални, и пазарът, и неравенството не биха съществували. Пазарът и неравенството са само средство и състояние, което доказва нерационалността и стремежа към рационалност, така както всеки носи бога в себе си и се стреми към него, но така и не го достига. Някои са по-близо до него, други твърде далеч, всички се стремят към съвършенство, но никой не го постига. При това повечето са по-близо до несъвършенството, отколкото до съвършенството, както повечето са по-близо до дявола, отколкото до бога. "Рационалното поведение не е предпоставка в икономическата теория, макар често да се представя за това. Основното твърдение в теорията е по-скоро, че конкуренцията ще накара хората да действат рационално, за да се издържат." [24]

Изобщо рационалността съществува,

[21] Ariely, D. Predictably Irrational. HARPER. New York. 2008, p. 51.

[22] Тя е рецептивна, ориентация към натрупване, експлоататорска, пазарна и продуктивна. (виж по-подробно Фром, Е., Човекът за самия себе си, София, изд. "Захарий Стоянов", 2005.)

[23] Виж Сакс, Д., Краят на бедността, София, изд. "Кръгозор", 2006, с. 103-107.

[24] Хайек, Ф. Право, законодателство и свобода, София, УИ "Кл. Охридски", т. 3, 1998, с. 98.

но тя е само една от многото характеристики на човека – при едни хора е в повече, при други - по-малко. Ние нямаме право дори и когато се абстрахираме от подробностите, да игнорираме останалите черти от личността на човека, които влияят върху неговото поведение, защото те често се оказват сили, с които рационалността не може да се справи. Човекът е сложно нещо. "Той търси не само икономическо предимство, но също власт, свободно време, риск, приемственост в своя жизнен опит и сигурност. Той е заинтересован от семейството си, ангажиран е с обичайните ценности на своята регионална или национална култура и с малкото удоволствие, което изпитва в най-близката пивница. И извън тези разнообразни непретенциозни привързаности човекът може да бъде движен и от чувството за връзка с всички човешки същества, които, както той признава, споделят по същество неговото парадоксално положение. Накратко казано, чистото човешко поведение се разглежда не като акт на максимизирана, а като акт на балансирана алтернатива и на често влизащи в конфликт човешки цели пред лицето на кръга от възможностите за избор, които хората възприемат като открити пред тях." [25]

3.2. Практическо проучване

Във връзка с поведението на потребителите и следователно с най-голямата група индивидуални стопански субекти, както и за ролята на оскъдността в това поведение, проведохме анкетно проучване.[26] В анкетата взимат участие три групи потребители – тийнейджъри, хора на средна възраст и пенсионери. По този начин се обхващат хора от групите на активната работната сила, лица, извън работната сила и ветерани. Това, което ги обединява в случая, е, че всички са потребители и като такива вземат решения или налагат вземането на решения, независимо какви са източниците на средствата, които използват. Анкетата ни помага да разберем дали тези групи потребители действат рационално в смисъла на неокласическата школа, независимо от къде идват парите за това. При учениците и студентите, които не използват заработени от тях средства, не действа дисциплиниращата сила на непосредствената оскъдност. Но това не променя факта, че техните решения най-често се налагат и тези, които им дават средствата не могат да реализират възможното си рационално мислене.

Най-напред ще коментираме резултатите от анкетата с най-младите (тийнейджърите). В проведената анкета участват 286 души – ученици на възраст от 15-17 години[27]. От тях 204 са от женски пол и 82 от мъжки. Два от въпросите са свързани с поведението им като купувачи. Първият от тях е: *Когато купувате различни неща съпоставяте ли ползата от тях с направените разходи?* Предложените отговори са: да; не; отчасти, но по-скоро да; отчасти, но по-скоро не.

[25] Ростоу, У., Стадии на икономическия растеж. Некомунистически манифест, Бургас, изд. "Делфин прес", 1993, с.197.
[26] По повод на анкетата е необходимо да отбележим следното. Тя не е представителна и следователно резултатите нямат претенциите на достатъчно емпирично доказателство за защитаваната теза, а са само нейно допълнение. Представителна извадка за света не е по силите на отделен автор. Затова се използват и непредставителни извадки, за да се прецени какво мислят хората по отношение действията си като потребители и дали това е толкова близо до неокласическото схващане. Това е експеримент, при който се залага следната хипотеза. Ако в тази случайна по място, пол и възраст непредставителна извадка резултатите се окажеха факт, който потвърждаваше или плътно се доближаваше до неокласическата концепция, това би направило неизбежно едно представително, мащабно социологическо изследване, което да докаже (или отхвърли) неокласическата теза. В нашата анкета резултатите са далече от такъв казус.
[27] Тази част от анкетата е направена в три елитни училища в гр. Русе – СОУ за европейски езици, немската гимназия и математическата гимназия.

Отговорите в абсолютни и относителни стойности са както следва:

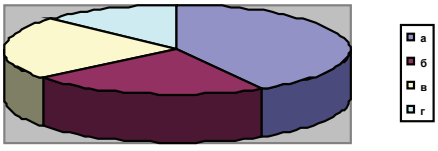
а) да – 120 души – 42 % от всички участници

б) не – 63 души – 22 % от всички участници

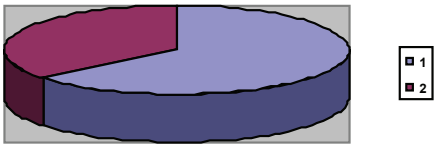
в) отчасти, но по-скоро да – 66 души – 23 % от всички участници

г) отчасти, но по-скоро не – 37 души – 13 % от всички участници

Резултатите показват (вж. фиг. 1), че 42 % от младите хора по свой начин съпоставят предполагаемите ползи от покупката с направените разходи. Въпреки че не е ясно колко точно е направена тази съпоставка, на пръв поглед, като че ли това е пример за рационално действащ индивид –пазарен субект. Нека приемем, че това са представителите на "homo economicus". Ако към тях добавим и колебаещите се, но клонящи към отговор "да" 23 %, то групата на рационално действащите става 65 %. (вж. 1 на фиг. 2) Останалите 35 % (вж. 2 на фиг. 2) не правят съпоставка между ползата и разходите и следователно могат да се причислят към нерационално действащите индивиди.

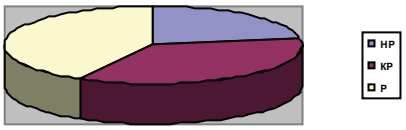


Фиг. 1



фиг. 2

Друго групиране показва, че сред най-младите, почти пълнолетни български граждани съществуват три групи, характеризиращи се с различно икономическо поведение като купувачи. Първата е на нерационално, а спонтанно поведение – 22 % (НР). Втората е на колебаещите се недостатъчно рационално действащи купувачи – 36 % (КР). Последната група е на рационално действащите – 42% (Р) (вж. фиг. 3).



Фиг. 3

Вторият въпрос е донякъде допълващ и уточняващ първия. Той е: *Кое е главното при Вашето пазаруване: вкусовете и предпочитанията или големината на разходите, които ще направите за покупката, ако имате достатъчно пари?* Предложените отговори са два: вкусовете и предпочитанията; разходите, които ще направя.

Отговорите в абсолютни и относителни стойности са както следва:

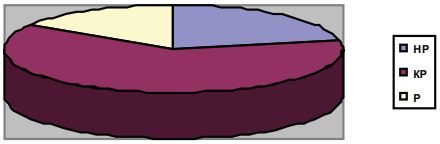
а) вкусовете и предпочитанията – 241 души – 84 % от всички отговорили.

б) разходите, които ще направя – 45 души – 16 % от всички отговорили.

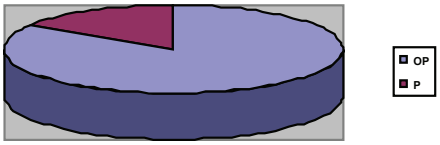
Резултатите показват, че при наличие на достатъчно средства само 16 % се замислят над това какви разходи правят за покупките и доколко последните си заслужава да бъдат направени. Това остро контрастира с положителния отговор на предходния въпрос за съпоставка между ползата и разходите (42 %). Следователно потребителите се стремят да бъдат рационални само при лимитирани ресурси за дадена покупка, но не и във всеки случай. Това не може да се тълкува единствено в смисъл, че ограничеността на ресурсите поражда рационалното поведение. Защото, при втория въпрос, става дума за достатъчно пари за покупка на дадена вещ, но се оказва, че съществуват хора, които имат рационално поведение, независимо от оскъдността. По-скоро съществува едно разминаване между желанието на човек да бъде рационален и желанието да се задоволят потребностите според предпочитанията, независимо че ще се плати по-висока цена отколкото

получената полезност изисква. Това се отнася за 26 % от случаите (42-16).

Сега можем да пренаредим трите групи, формирани при анализа на първия въпрос (фиг. 3), като вземем предвид и отговорите на втория. Първата е на нерационално, а спонтанно поведение – 22 %. Втората е на колебаещите се недостатъчно рационално действащи купувачи – 36 % + 26 % = 62 %. Последната група е на рационално действащите – 16 %. (вж. фиг. 4) Можем също да направим извода, че част от потребителите желаят и мислят, че са рационални, но на практика не са, без да знаем колко от тях са по-скоро рационални или по-скоро нерационални.



Фиг. 4



фиг.5

Този втори въпрос от анкетата, свързан с рационалното поведение, показва наличие на едно (истинско, независимо от оскъдността) рационално поведение на човека, извън неокласическата интерпретация, която правилно търси корените на рационалността в оскъдността на благата. Но той показва и друго – как влияят други фактори (най-вече характерът на човека) при реализацията на рационалното поведение. Вероятно тези 16 % са с характери, ориентирани към спестяване (към натрупване). В нашия случай на изследване на рационалността това загатва за две неща. От една страна, че по-голямата част от младите хора нямат вродено рационално поведение. От друга – само ¼ (26 %) от демонстриращите твърдо рационално поведение при покупките са принудени от обстоятелствата (оскъдността), докато останалите 16 % са по природа икономически рационални.

Следователно стремящите се към рационално поведение 65 % (42 % + 23 % – виж фиг. 2) се разпределят по следния начин: 16 % са рационални по природа или убеждение, но не и принудени от оскъдността; останалите 49 % принудени от оскъдността действат рационално, от тях 26 % са рационални без колебание, а 23 % колебливо се стремят да бъдат рационални.

Общото заключение е, че масата от младите потребители (84 % = 62 % + 22 %) са ограничено рационални, а останалите 16 % рационални. Можем да си представим разпределението на всички анкетирани индивидуални пазарни субекти (млади потребители) като диаграма. Тя е показана на фиг. 5.

Резултатите от тази част на анкетата дават основание за следните изводи:

1. Не може да бъде подкрепена хипотезата на неокласическата школа, че икономическият субект е рационално действащ на индивидуално равнище, що се отнася до навлизащите в самостоятелен живот млади хора. Тийнейджърите, като цяло, не действат рационално при своя избор, въпреки че по-голямата част от тях се стремят към такова поведение.

2. Резултатът е може би израз на вродено-ограничена, генетично ограничена (организационно-характерова, темпераментна, психологическа) рационалност. По това тя се отличава от ограничената (процедурна) рационалност на Хърбърт Саймън.

3. Ако двата вида рационалност (предложената и тази на Саймън) се вземат предвид, ще стане ясно, че рационалността е недостижима, идеал за повечето хора, западноевропейски икономически бог.

Същата анкета е проведена и сред индивидуални стопански субекти (потреби-

тели) от още 3 възрастови групи в България, 3 възрастови групи в Белгия и една в Украйна[28]. Резултатите по въпроси и страни са обобщени в следващите таблици:

Въпрос: *Когато купувате различни неща съпоставяте ли ползата от тях с направените разходи?*

*Таблица 1. Относителни дялове на респондентите, дали съответния отговор по възрастови групи в % – България **

Отговори	16-19 г Анкетирани 286	20-29 г Анкетирани 221	30-39 г Анкетирани 81	Над 65 Анкетирани 60	Общо Анкетирани 648
Да	42,00	62,00	68,00	91,66	57
Не	22,00	8,60	8,60	5,00	14
По-скоро да	23,00	20,80	19,70	3,33	20
По-скоро не	13,00	8,60	3,70	0,00	9

* В първата колона (16-19г.) са нанесени резултатите от вече коментираната по-горе анкета с тийнейджърите от България.

Ето обобщението за отговорите на първия въпрос в Белгия, представени в таблица 2, а за Украйна в таблица 3:

*Таблица 2. Относителни дялове на респондентите, дали съответния отговор по възрастови групи в % – Белгия**

Отговори	16-19 г Анкетирани 78	20-29 г Анкетирани 112	30-39 г Анкетирани 14	Общо Анкетирани 204
Да	46	59	64	54
Не	27	21	14	23
По-скоро да	46	59	64	54
По-скоро не	10	7	15	9

*респондентите тук не са само белгийци, а и от други страни на Западна Европа

*Таблица 3. Относителни дялове на респондентите, дали съответния отговор по възрастови групи в % – Украйна**

Отговори	16-19 г. Анкетирани 97	20-29 г. Анкетирани 85	Общо Анкетирани 182
Да	46,39	57,65	10,99
Не	9,28	12,94	23
По-скоро да	30,93	25,88	28,57
По-скоро не	13,40	3,53	8,79

Към изводите от първата част на анкетата може да се добави още един. Както за България, така и за Белгия и Украйна, с нарастване на възрастта, се засилва стремежът

[28] Тази част от анкетата е проведена в Русенския университет – студенти и преподаватели; университети в Белгия, обучаващи студенти от различни краища на Европа; студенти от Украйна. Залага се на тази част от обществото, която е сред най-образованите и, както вече стана дума, потенциално най-рационални.

към рационалност. Явно възрастта прави хората по-рационални. По-възрастните хора са по-рационални, вероятно защото по-добре са осъзнавали и осъзнават оскъдността и необходимостта да се справят с нея. Донякъде това може да е и резултат на по-улегналото жизнено поведение и по-голям опит. Възможно е желанията да са откъснати по-малко от потребностите, отколкото при по-младите хора.

Систематизираното представяне на отговорите на втория въпрос: *Кое е главното при Вашето пазаруване: вкусовете и предпочитанията или големината на разходите, които ще направите за покупката, ако имате достатъчно пари?* – за България (таблица 4), Белгия (таблица 5) и Украйна (таблица 6), е както следва:

Таблица 4. Относителни дялове на респондентите, дали съответния отговор по възрастови групи в % – България

Отговори	16-19 г Анкетирани 286	20-29 г Анкетирани 221	30-39 г Анкетирани 81	Над 65 Анкетирани 60	Общо Анкетирани 648
Вкусове и предпочитания	84	77	77,7	50	78
Разходите, които ще направя	16	23	22,2	50	22

Таблица 5. Относителни дялове на респондентите, дали съответния отговор по възрастови групи в % – Белгия

Отговори	16-19 г Анкетирани 78	20-29 г Анкетирани 112	30-39 г Анкетирани 14	Общо Анкетирани 204
Вкусове и предпочитания	72	53	71	61
Разходите, които ще направя	128	47	29	39

Таблица 6. Относителни дялове на респондентите, дали съответния отговор по възрастови групи в % – Украйна

Отговори	16-19 г Анкетирани 97	20-29 г Анкетирани 85	Общо Анкетирани 182
Вкусовете и предпочитанията	84,54	70,59	78,02
Разходите, които ще направя	15,46	29,41	21,98

При втория въпрос, по страни, имаме малко по-големи различия само в групата 20-29 г., а при останалите се запазват тенденциите, показани при анализа на този въпрос, както при тийнейджърите в България – висок дял на поставилите вкусовете и предпочитанията пред разходите, които ще бъдат направени. Този дял обаче намалява с увеличаване на възрастта.

Интересно е как стои въпросът за "принудителната" и "естествената" рационалност сред по-възрастните както в България, така и в Белгия. Ако направим необходимите изчисления на базата на данните от проучването, ще видим следната картина. В България при анкетираните от групата на 30-39 годишните стремящите се към рационално поведение са 87,7 %, като 65,5 % са "принудително" рационални (19,7 % – колебаещи се, и 45,8 % без колебание) и 22,2 % притежаващи "естествена" рационалност. Във същата възрастова група в Белгия стремящите се към рационалност са 78 %, като 49 % са "принудително" рационални (14 % – колебаещи се, и 35 % без колебание) и 29 % "естествена" рационалност.

Вторият въпрос от анкетата (и при групите над 20 г.) дава допълнителни основания за два категорични извода. Оскъдността на благата кара хората да се стремят към рационално поведение и в този смисъл потвърждават неокласическата теза, че такава връзка съществува. Но съществуването ѝ не е основание да приемем, че хората действат рационално – всички, винаги и навсякъде. Напротив, по-логично е да приемем като научна абстракция една модифицирана рационалност, стремеж към рационалност или най-малко това, което психолозите по думите на Х. Саймън наричат "прагматична рационалност"[29].

Анкетата е допълнително доказателство към логическите заключения за това, че хората не могат да бъдат приети за рационално действащи, а само, че се стремят да действат рационално.

Всъщност би могло да се счита, че потребителите, са различно рационални (нерационални), доколкото пълната (субстантивната) рационалност е фикция, нещо недостижимо. Но все пак констатирания стремеж към рационалност прави по-приемлива групировката- нерационални, ограничено рационални и рационални.

Когато обсъждаме рационалността на икономическите субекти можем да представим индивидуалните икономически субекти в разрез по възраст (а и по пол)[30]. По възраст можем да разделим всички потребители на три групи – млади, на средна възраст и пенсионери. Групата на младите, взета като цяло, е относително най-нерационална. Нейните представители следят повече вкусовете и предпочитанията си, отколкото да съпоставят приходи с разходи, най-вероятно, защото получават своите "приходи" от родителите. Други фактори, може би модата и мнението на колегите им, предопределя техния избор, а не величината на разходите. Младите хора, които следват стриктно модата, не се подчиняват на логиката за рационално (в неокласическия смисъл) поведение. Те по-скоро набелязват това, което искат да купят, и търсят средствата за това.

Средното поколение съпоставя разходите с приходите и е по-рационално от младото поколение, но разгледано като цяло. Вътре в групата покупките са детерминирани от много други фактори – възпитание, отношение към живота, характер и т.н. Доколкото има рационалност, тя се дължи на възрастта, налагаща поведение на презастраховане и спестяване, продиктувани от жизнения опит.

---

[29] Simon, H., Bounded Rationality in Social Science: Today and Tomorrow.// Mind &Society,1,2000q Vol1, pp. 25-39, Подобен подход предлага и В. Ойкен: "решаващо значение за въпроса има характерът на проблемите, които предлага икономическата реалност и които самите ние наблюдаваме в живота". Ойкен, В., Основи на националната икономия, София, изд. "Лик", 2001., с. 357.).

[30] Например някои считат, че жените са по-малко рационални от мъжете и това се обяснява с характера на социалните мрежи – роднинско или съседски ориентирани (виж Димажио, П., Културни аспекти на икономическото действие и организация. В: Антология по икономика и социология: американската икономическа социология след 1970 г., София, изд. "Лик", 1999., с. 268, 269).

Ако се позовем на анкетата в България и покажем резултатите от трите групи, като обединим в едно групата от 20-29 и 30-39 години, ще се получат следните резултати (вж. таблица 7) :

Таблица 7. Относителни дялове на респондентите, дали съответния отговор по възрастови групи в % – България

Отговори	16-19 г Анкетирани 286	20-39 г Анкетирани 302	над 65 г Анкетирани 60	Общо Анкетирани 648
Да	42,00	64	91,66	57
Не	22,00	9	5,00	14
По-скоро да	23,00	20	3,33	20
По-скоро не	13,00	7	0,00	9

Ветераните са най-рационални. Обяснението за цялата група в България се съдържа в липсата на достатъчно средства. Но това не означава, че такова е положението и в най-напредналите страни. Разбира се и тук всичко зависи повече от характера – дали са аскети или бохеми, отколкото от общата характеристика "homo economicus", както и от социокултурната среда.

Анализите показват, че рационалното поведение на купувачите е много различно и далеч не рационално, особено за младото поколение. Обстоятелството, че рационалността се повишава при техните родители, баби и дядовци с нищо не променя този извод, защото техните желания малко или много се реализират, въпреки че за това парите идват от по-рационалните поколения. Както казват неокласиците, не е важно дали една цел е смислена или не, важното е, че потребителят я желае.

Отговорите от анкетата показват също, че изборът на потребителите над 30 г. не е предопределен от стремежа към рационално поведение (хипотезите за транзитивността и ненасищането), а от тази оскъдност. Тя налага избор, който само като изключение е адекватен на получената полезност в духа на пределните величини на неокласическата школа. В масата от случаите той е избор на принудата и следователно нерационален. Ако критерий и отправна точка на общата теория е моделът на избор на неокласическата школа, то той се срива, защото вкусовете и предпочитанията отстъпват пред силата на оскъдните средства. Това не е свободен избор, а диктат на ограничените средства, който предизвиква безразличие от гледна точка на вкусовете и предпочитанията. На практика потребителите се стараят да направят една потребителска кошница, като се съобразяват повече със средствата и по-малко с предпочитанията си. Това е пробив в модела на рационален избор в духа на неокласическата доктрина.

Затова трябва да разглеждаме модифицирана рационалност. Тя е ограничена както процедурно, както твърди Х. Саймън[31], така и характерово-психологически.

[31] Хърбърт Саймън разглежда ограничена рационалност, което се заключава накратко в твърдението, че пазарните субекти не могат да преценят всички възможности и затова прекъсват избора в момент на намиране на задоволяващото ги решение, но това не значи, че то е оптималното. Или пък си изработват правила за постигане на целите, но в процеса на избора срещат препятствия, ограничаващи тяхната прозорливост поради частично познаване на нещата, огромните масиви от информация, собствени ценности и предразсъдъци, което е ограничена процедурно рационалност. (виж Бар, Реймон, Фредерик Тьолон., Политическа икономия, т. I., София, "Кама", 2002, с. 130,131; Атанасов, А., Върху теорията за рационалния избор и нейната еволюция. Научни и методически проблеми на преподаването на икономическата теория, София, УИ "Стопанство", 2005.)

4. Заключение

Хората искат да бъдат рационални, но не успяват по различни причини. Едни поради характера си, други поради семейното си положение, трети поради близкото си обкръжение, четвърти (и най-много) поради факта, че живеят сред себеподобни, които изкривяват, променят рационалните им замисли и поведение, а те на свой ред правят това по отношение на други. Ако приемем тезата, че не можем да говорим за рационален икономически субект в контекста на схващанията на мейнстрийм икономикса (а именно като пълна рационалност или още субстантивна, оптимизираща, инструментална), защото такава рационалност според мен е недостижима като масова практика (дори химера, абсолютно непостижима), следват два важни извода.

1. Погрешно е на икономическия субект да се гледа като на робот[32], а трябва да се гледа като на реален човек или група хора. Това означава те да се разглеждат като тоталности и от хуманистична гледна точка.

2. Реалният индивид търпи влиянието на средата и тя модифицира неговите действия, в това число и стремежа му към рационално поведение. Затова е необходим органичен подход и интердисциплинарен анализ.

Ако приемем горните изводи, в разглеждания случай, използването на математическия инструментариум е с ограничена ефективност и полезен като допълнителна илюстрация за рационално поведение. Това му придава нормативен характер, нещо, от което иска да избяга неокласическата школа. Прекаляването с неговото използване води до нереалистични изводи, поради неизбежните ограничения (предварителни допускания). Това не означава пълно отричане използването на математиката като инструмент на анализа и като показване на определен проблем по-ясно. Но не трябва да сме обладани от демона на Лаплас.

[32] "социален идиот" (виж Димажио, П., Културни аспекти на икономическото действие и организация. в: Антология по икономика и социология: американската икономическа социология след 1970 г.,София, изд. "Лик,. 1999, с. 268, 265).

Тенденция на интернационализация и контратенденция на регионализация в съвременния икономикс

Веселина Атанасова*

Резюме: Статията проследява тенденциите на интернационализация и регионализация в съвременния икономикс като научна и професионална област. Вниманието е насочено върху преместването на географския център на икономикса, върху процеса на неговата интернационализация и върху възникващата върху тази основа контратенденция на неговата регионализация. Съвременно проявление на тези две тенденции (на интернационализация и регионализация на икономикса) е съответно формирането на т.нар. "глобален икономикс" и паралелното следване на традиционни и не-мейнстрийм подходи. Разкритите тенденции и аспекти се разглеждат като изходни ориентири в по-нататъшното обсъждане на състоянието и перспективите на съвременния икономикс и по-специално на съвременния европейския икономикс.

Ключови думи: интернационализация на икономикса; регионализация на икономикса; глобален икономикс; традиционни и не-мейнстрийм подходи; европейски икономикс.

JEL: A10; A14; B00; B41.

1. Въведение

Проблемите на връзката между универсалността на икономическото знание и неговата специфичност непрекъснато съпътстват развитието на икономическата наука. Факт е, че още от своето начало икономическото знание търси общи понятия. В творбите на френски и британски автори от XVII и XVIII в. това намира израз в идеята за "естествения ред" и "естествените закони". Либералната икономическа политика е защитавана с оглед съобразяването ѝ с естествения порядък. През XIX в. тези универсалистки аспирации започват по-открито да се лансират в теоретичното икономическо знание, а формализация на това знание може да се открие още у Уилям Пети и Дейвид Рикардо. В основата на тази тенденция лежат важни аспекти на научната революция на Нютон, приковала вниманието на практиците икономисти и оставила множество нерешени въпроси, свързани с идентификацията и статуса на икономическата наука. Те се отнасят до нейния предмет, метод и идеологически компонент. Тази криза на идентичността предпоставя *сциентистки* настроения, които варират от *по-умерен*

* Веселина Атанасова е доктор, главен асистент в катедра "Политическа икономия", секция "Социално-икономически теории" на УНСС, e-mail: v_atanasova@unwe.acad.bg

до краен сциентизъм – от външно подражаване на точните науки, изразяващо се в изкуствено внасяне на математическа символика, до абсолютизация на естествените науки в духа на неопозитивизма.

Британските икономисти култивират аналогията с естествените науки (физика особено) по един, според Филип Мировски, целенасочен начин[1]. Голяма част от изследователите на стопанството по това време са математици, които впоследствие стават икономисти[2]. Доминацията на научната образност в икономикса, както се изтъква от М. Фуркад, понататък се установява през XX в., особено в англосаксонските страни и Франция, което води до *укрепването на неокласическия подход и кореспондиращото отслабване на историческото и институционалното влияния, присъщи на немската традиция*.[3] През втората половина на века методологията в областта на икономикса е поставена в позитивистка рамка, а използването на математиката като приложна техника (иконометрия) и теоретични модели става легитимна практика и израз на приетия начин "да се прави наука"[4]. Ключова роля в този широкомащабен процес на универсалистка хомогенизация в икономикса изиграва преместването на световния географски център на икономикса от Великобритания и континентална Европа към Съединените щати през 30-те и 40-те години на XX в. и еволюцията на американския икономикс през междувоенния период от многообразие на възгледите към техницизация на икономикса. В края на Втората световна война това намира изражение в налагането на идейното и институционално господство в страната на неокласическия икономикс. В периода след края на войната – по редица причини, американският неокласически икономикс се превръща в интелектуален център на световния икономикс и се интернационализира като главно течение на съвременния икономикс (като *мейнстрийм* икономикс)[5].

Тенденциите на интернационализация и регионализация на икономикса са обект на специално внимание в изследвания на видни автори като Алфред У. Коутс[6], Ричърд Пор-

[1] Вж. Fourcade, Marion (2006) "The Construction of a Global Profession: The Transnationalization of Economics", American Journal of Sociology, Vol. 112, No. 1 (July 2006), pp. 145-194, p. 158. Марион Фуркад се позовава на Mirowski, Philip E. (1994) Natural Images in Economic Thought, Cambridge: Cambridge University Press.

[2] Вж. пак там [Fourcade, M. (2006)], p. 158; с позоваване на Weintraub, E. Roy (2002a) How Economics Became a Mathematical Science (Science and Cultural Theory), Durham, NC/London: Duke University Press.

[3] Вж. Fourcade, Marion (2006) "The Construction of a Global Profession: The Transnationalization of Economics", pp. 158-159.

[4] Вж. пак там, p. 159; с позоваване на Reder, Melvin (1999) Economics: The Culture of a Controversial Science, Chicago: University of Chicago Press; и на Mirowski, Philip E. (2002) Machine Dreams: Economics Becomes a Cyborg Science, Cambridge: Cambridge University Press.

[5] Относно еволюцията и преобразяването на американския икономикс през междувоенния период и установяването на господството на американизирания неокласически икономикс и на неговата интернационализация в периода след Втората световна война, вж. Morgan, Mary and Malcolm Rutherford, eds. (1998) From Interwar Pluralism to Postwar Neoclassicism, Durham, NC: Duke University Press (Annual Supplement to History of Political Economy, Vol. 30); Morgan, Mary (2001) "The Formation of "Modern" Economics: Engineering and Ideology", Working Paper No. 62/01, May 2001; Backhouse, Roger E. (2006) "Economics since the Second World War", draft March 2006, и Backhouse, Roger E. ([2008]) Batch 43: United States, Economics in (Since the Second World War), New Palgrave: United States, Since WW2; Fourcade-Gourinchas, Marion (2001) "Politics, Institutional Structures and the Rise of Economics: A Comparative Study", Theory and Society 30 (3), pp. 397-447; и др.

[6] Вж. например Coats, Alfred W., ed. (1996) The Post-1945 Internationalization of Economics, Durham and London, Duke University Press (Annual Supplement to History of Political Economy, Vol. 28); и други негови публикации.

тес[7], Бруно Фрей и Райнер Айхенбергер[8], Роджър Е. Бекхаус[9], Мери Морган[10], Дейвид Калъндър[11], Юрген Г. Бекхаус[12]. Специално внимание върху глобализацията на икономикса и на икономикс професията се обръща в изследванията на икономическия социолог Марион Фуркад[13]. В различна степен тези въпроси са предмет на обсъждане и от други автори.[14] Посочените процеси са свързани с налагането и възприемането на неокласическия икономикс и с противопоставянето между "глобален" (сциентизиран, неокласически) икономикс и "традиционна" и не-мейнстрийм икономическа теория[15].

В настоящото изложение се проследява тенденцията и се търсят причините за световната доминация на американизирания англосаксонски икономикс, като се разкрива настъпилата смяна в географската центричност на икономикса и се набляга върху резултатите от промените в институционалната среда. Ключово е схващането за *международната дифузия* на икономикса като *многостранен процес*, който включва идеи, актьори и организации, съвместно еволюиращи в самия процес на дифузия.[16] Наред с *интернационализацията* на мейнстрийм икономикса се наблюдава и процес на неговата *регионализация*. Тя се базира върху протичащия процес на интернационализация и се обуславя и подхранва от необходимостта икономистите да решават специфични социално-икономически проблеми на национално или регионално ниво. Тази втора (*контра*) тенденция е свързана с възпроизвеждането и по-нататъшното развитие и прилагане на характерни исторически, национални и регионални възгледи, отразяващи специфичните особености на националното и регионалното развитие и обосноваването и вземането на решения във връзка с актуалната социално-икономическа политика. В общ план тези образци и развития характеризират относително самостоятелния процес на регионализация на икономическата теория и нейното приложение. Текущото проявление на тенденциите на интернационализация и регионализация в общата икономическа теория – в лицето, съответно, на формирането на "глобален икономикс" и на паралелното следване на традиционни и не-мейнстрийм икономически подходи – се разглежда в настоящото изложение като ценен изходен пункт и като главен изследователски подход в анализа на състоянието и перспективите на въплъщаващия в своето развитие тенденция на ин-

[7] Portes, Richard (1987) "Economics in Europe", European Economic Review, 31, pp. 1329-1340.
[8] Frey, Bruno S. and Reiner Eichenberger (1992) "Economics and Economists: European Perspective", American Economic Review. Papers and Proceedings, 82.2, 1992, pp. 216-220; Frey, Bruno S. and Reiner Eichenberger (1993) "American and European Economics and Economists", Journal of Economic Perspectives, Vol. 7, No. 4 (Autumn 1993), pp. 185-193.
[9] Цитираните: Backhouse, Roger E. (March 2006) "Economics since the Second World War", draft March 2006, и Backhouse, R. E. ([2008]) Batch 43: United States, Economics in (Since the Second World War). New Palgrave: United States, Since WW2.
[10] Morgan, Mary (2001) "The Formation of "Modern" Economics: Engineering and Ideology", цит. изт.
[11] Вж. Colander, David (July, 2002) "Globalization and Economics", Middlebury College Economics Discussion Paper No. 02-35; Colander, David (2008) "Can European Economics Compete with U.S. Economics? And Should It?"; вж. още Colander, David, and Hugo Nopo (August 2007) "The Making of a Latin American Global Economist", Middlebury College Economics Discussion Paper No. 07-05; и др. публикации на Калъндър в тази насока.
[12] Вж. Backhouse, Jurgen G. (27 October 1995) "Good Economics, Bad Economics, and European Economics", forthcoming in Kyklos.
[13] Fourcade, Marion (2006) "The Construction of a Global Profession: The Transnationalization of Economics", цит. изт.
[14] Вж. например Sent, E.-M. et al. [Sent, Esther-Mirjam, Roger E. Backhouse, Alfred W. Coats, John B. Davis, and Harald Hagemann] (March 2005) "Perspectives on Michael A. Bernstein's A Perilous Progress: Economists and Public Purpose in Twentieth-Century America", European Journal of the History of Economic Thought 12:1, pp. 127-146.
[15] Относно тази водеща дихотомия и нейното съвременно изражение, вж. в Colander, David and Hugo Nopo (2007); и др.
[16] Тази основна идея в настоящото изложение се заимства от Fourcade, Marion (2006).

тернационализация/глобализация и тенденция на регионализация *съвременен европейски икономикс* и на неговото практическо *приложение* в разработването и осъществяването на социално-икономическата политика.

Изложението на настоящата статия продължава, както следва. След *въведението* в проблематиката и насочването към мотивите на изследването, в следващия *втори параграф* е представен процесът на интернационализация на икономикса, като се фокусира върху исторически настъпилото преместване на световния географски център на икономикса от Великобритания и континентална Европа към Съединените щати и се акцентира върху установяването на господството на американския неокласически икономикс и неокласическата хомогенизация и експорт на мейнстрийм икономикс по света. В *трети параграф* вниманието е съсредоточено върху обективното възникване – като неизбежна алтернатива – на *контра*тенденцията на регионализация на икономикса с нейните вътрешни противоречия и обусловеност, в отличие от, но и в зависимост с глобализиращия се мейнстрийм неокласически икономикс и неговата международна институционализация и широкото му приложение по света. В *четвърти параграф* програмно се противопоставят *"глобален" икономикс* срещу *"традиционен" икономикс* (*не*-мейнстрийм и политикоикономически подходи) с оглед възможностите за обсъждане на съвременното състояние и перспективите в развитието на съвременния европейски икономикс. *Пети параграф* съдържа кратко заключение.

2. Преместване на географския център и реекспорт на икономикс

Интернационализация, денационализация или американизация на икономикса? С тези квалификации изследователите имат предвид различни аспекти и съдържателни отличия в сложния и многостранен – според Алфред У. Коутс, процес на интернационализация[17] и глобализация на икономикса и на икономикс професията. С интернационализацията на икономикса се визира неговото междустраново и международно разпространение; с определението за денационализация се подчертава лишаването му от определена национална центричност; а с американизацията на икономикса се свързва настъпилото историческо *преместване на географския център на икономикса* от Великобритания и континентална Европа в Съединените щати през 30-те и 40-те години на XX в.[18] и продължаването на този процес, особено по време на Втората световна война и непосредствено след нея. Доминацията на американизирания англосаксонски неокласически икономикс намира непосредствен израз в следвоенната му транснационализация и интернационализация и установяването му като главно течение на икономикса в света – като следвоенен мейнстрийм икономикс.

Понастоящем един от важните въпроси, които се дискутират във връзка с доминиращия в света съвременен мейнстрийм икономикс, е дали, освен неговата интернационализация и аспекти на *глобализация*, при което той продължава да бъде амери-

[17] Според Алфред У. Коутс, "интернационализацията на икономикса е сложен, многостранен процес", а като предмет на изследване тя е "широка, аморфна тема, а не добре дефиниран предмет" - вж. Coats, Alfred W. (1996) "Introduction", in Coats, Alfred W., ed. (1996), цит. изт., pp. 3-11; p. 3.

[18] Оценката, съгласно която преместването на географския център на икономикса от Европа или други центрове в света към Съединените щати, става през 30-те и 40-те години на XX в., вж. в Colander, David, and Hugo Nopo (August 2007), p. 13: note 14 (бележката продължава на следващата с. 14 под линия).

каноцентричен съвременен неокласически мейнстрийм икономикс, са възникнали и съществуват специфични условия и фактори в *глобален контекст*, способстващи за формирането (генезиса) и функционирането на *типично глобален* съвременен, също така неокласически по своя характер и същност, мейнстрийм икономикс (вж. Фуркад, 2006)[19]. От гледната точка на текущите процеси и бъдещето на глобализацията, Дейвид Калъндър (2002) обсъжда предполагаемото възникване на виртуални университети в интернет пространството, което, според него, би способствало и довело до евентуалната деамериканизация на икономикса.[20] Дейвид Калъндър и Уго Норо (2007) разглеждат глобалното разпространение на универсалистката неокласически теоретичен икономикс като процес на формирането и утвърждаването на "глобален икономикс", в отличие от транслацията на теоретичните икономически знания и тяхното политикоикономическо приложение в практиката.[21]

Няколко са акцентите на преместването на географския цетър и реекспорта на икономикса.

а) *С международната дифузия на икономикса световната професионална общност на икономистите се обединява около комплекс от икономически постулати, ценности и стандарти*. "По общо признание, отбелязва М. Фуркад, универсализмът на икономическото знание и *относителният* консенсус, който той произвежда относно основни предписания на икономическата политика (например добродетелите на конкуренцията, мобилността на благата и на факторите на производството, гъвкавостта на цените, свободната търговия, ударението върху ефективността в противовес на справедливостта, ударението върху пазарните механизми в противовес на публичния мениджмънт, и т.н.), едновременно съставляват мощни аргументи за неговото практическо приложение."[22] Обединяването около тези ценности има и силно политическо послание: това са ценностите на либералната демокрация и свободното предприемачество. САЩ емитират такива ценности към останалия свят и икономиксът в периода след Втората световна война пряко и косвено се американизира. Това е страна, която е много влиятелна в конструирането на следвоенния международен икономически ред. "След Втората световна война, пише Фуркад, международният обмен и влияние все повече се съсредоточи върху англосаксонския полюс, а в неговите рамки – върху Съединените щати, които, оттогава насам, *дадоха главния модел* за организацията на образованието и експертното знание по икономикс, *дори сред другите страни от първия свят*. ... *Центърът на академичния икономикс в науката решително се беше преместил в Съединените щати по време на войната и периода непосредствено след нея*."[23]

В Сент и съавтори (2005) се констатира същата промяна. "Несъмнено – пишат те относно международното разпространението на икономикса – *интернационализацията на икономикса след 1945 година в*

[19] Във Fourcade, Marion (2006) "The Construction of a Global Profession: The Transnationalization of Economics", цит. изт., един от главните въпроси, които се изследват, е именно транснационализацията на американския неокласически икономикс от гледната точка на неговата интернационализация и глобализация, като се дебатира дали са налице вече типични глобални фактори при неговото функциониране като съвременен мейнстрийм икономикс.
[20] Вж. Colander, David (July 2002) "Globalization and Economics", Middlebury College Economics Discussion Paper No. 02-35.
[21] Вж. Colander, David, and Hugo Nopo (August 2007).
[22] Fourcade, Marion (2006), p. 161; италик в оригинала.
[23] Пак там, p. 169; курсив – В.А.

голяма степен е американизация на икономикса. Силният възход на американският икономикс след Втората световна война не само отразява ролята на Съединените щати на политически и икономически лидер и прагматичната и технологична ориентация на американците, но също така е следствие на националния стил на икономическите изследвания, характеризиращ се с висока степен на специализация и приложна работа."[24].

б) В статията на Бекхаус (2006), поместена в новото издание на *Палгрейв речник по икономикс* от 2008 г. под редакцията на Стивън Дурлауф и Лорънс Блум[25], се доказва *безпрецедентната доминация на американския икономикс в следвоенния период*. "Причините за това, пише той, вероятно са твърде очевидни, за да е необходимо да бъдат дискутирани: размерът на общността от специалисти по икономикс в Съединените щати; богатството и престижът на Съединените щати; доминацията на страната в световната политика и култура. *Така,* обобщава Р. Е. Бекхаус, *историята на икономикса в много голяма степен е история на икономикса на Съединените щати*..."[26]

Огромна роля за превръщането на САЩ в център на интернационализацията на икономикса изиграват *събитията, които предшестват Втората световна война в континентална Европа, самата война с нейните последици и отвореността на американската икономическа система*. Така, по оценката на много анализатори, Втората световна война е истинско водоразделно събитие. Унищожението в голяма степен на германския икономикс елит от национал-социалистите е причина за емиграцията на водещи немски икономисти в Съединените щати и във Великобритания[27]. Култивирани на американска земя, много европейски икономически идеи се вписват в специфичната еволюция на американския икономикс. "Най-чистите примери за това, пише Р. Е. Бекхаус, са теорията на общото равновесие и иконометрията, където европейски емигранти, начело с Джейкъб Маршак, активно участват в развиването на идеи, които бързо губят всякаква близка връзка с техния европейски произход. Например през 30-те години на XX в. анализът на общото равновесие беше почти изключително австрийско явление, докато през 50-те години на XX в. водещите учени, работещи в тази област, са американец [Кенет Ероу – б.м. В.А.] и французин [Жерар Дебрьо – б.м. В.А.], но и двамата живеещи в Съединените щати."[28] "Друг пример на този процес, продължава той, е кейнсианският икономикс, който е централен за еволюцията на американския икономикс от 40-те до 80-те години на XX в. Несъмнено [кейнсианският икономикс] води началото си от Великобритания, а британски икономисти като Джон Хикс и Джеймс Мийд вземат важно участие в последвалата кейнсианска революция. *Обаче кейнсианството бързо беше американизирано*."[29]

Фактическото утвърждаване на новия световен географски център на икономи-

[24] Sent, E.-M. et al. (March 2005), p. 135.
[25] Backhouse, Roger E. (March 2006) "United States, Economics in, after 1945", forthcoming in Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume, eds. (2008) *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 2nd edition. London: Palgrave-Macmillan.
[26] Backhouse, Roger E. (March 2006), p. 3.
[27] Вж. пак там, p. 19.
[28] Пак там [p. 19]; курсив – В.А.
[29] Пак там [p. 19]; курсив – В.А.

кса особено се чувства в периода на *50-те и 60-те години на XX в., когато*, както изтъква Р. Бекхаус, *най-влиятелните разработки в полето на макроикономикса, с малко изключения, са били предприети в Съединените щати*[30].

Като цяло, от една страна, става дума за асимилация на редица ценни икономически идеи или постижения от страна на американската традиция, а, от друга страна, особено значение и влияние има историческата еволюция на американския икономикс, който започва да налага своя отпечатък върху развитието на икономическата теория в света. "Онова, което става тук, подчертава Р. Бекхаус, е, *че икономиксът ставаше по-интернационален, но с център Съединените щати* – развитие, което стана възможно в резултат на *отвореността на американската система по време, когато икономиксът разширяваше позиции и възможностите за емигрантите бяха големи*."[31]

в) *Влиянието на американския икономикс във Великобритания и континентална Европа в голяма степен е свързано с ангажиментите на САЩ през междувоенния период и по време на възстановяването на следвоенна Европа*. През междувоенния период Фондация Рокфелер активно участва в изграждането на икономикса в ключови европейски институции във Великобритания, в скандинавските и в много други страни. В този порядък *в икономикс професията настъпват редица съществени промени.* Академичните системи стават по-открити и конкурентни; нараства ролята на публикуването в списания, а самите списания престават да бъдат изключително национални органи, обратно – те се превръщат в органи, където може да публикуват икономисти от редица страни; очертава се тенденция на публикуване на английски език; системите на висшето образование по икономикс се придвижват към американския модел; нарастват прогресивно математическите изисквания към студентите; предприема се мащабно следдипломно обучение и специализации в САЩ.[32]

г) *Променя се социално-институционалната среда*. Особено важни са връзките с американските университети, обучението в САЩ и връщането на завършилите студенти в техните страни, професионалната реализация в родните страни на учени, подготвени в новия тип икономикс в САЩ. Традиция е специалното обучение на кадри за извършването на икономически реформи в някои от страните – примери за това са реформите, извършени с помощта на такава икономическа експертиза, в страни като Чили, Бразилия и др. Ключова роля в осъществяването на междууниверситетски договори играе финансовата подкрепа на Американската агенция за международно развитие (USAID) и на Фондация Форд.[33] Бекхаус отбелязва че подобни функции осъществяват и международните организации, които възникват след 1945 година, особено Международния валутен фонд и Световната банка.[34]

д) Следва да се подчертае, че *в много от случаите европейските и други страни преднамерено се стремят да копират американския пример*.[35] Напълно американизи-

[30] Вж. пак там, p. 20.
[31] Пак там [p. 20]; курсив – В.А.
[32] Вж. пак там [Backhouse, Roger E. (March 2006), p. 20].
[33] Вж. Backhouse, Roger E. (March 2006), pp. 21-22.
[34] Backhouse, Roger E. (March 2006), p. 22. Вж. още по този въпрос Polak, Jacques J. (1998) "The IMF Model at 40", *Economic Modelling,* 15:3 (1998), pp. 395-410; цит. по Morgan, Mary (2001), p. 32: note 51, p. 42: note 51.
[35] Вж. Backhouse, Roger E. (March 2006), p. 21.

ран в следвоенния период се оказва икономиксът в Швеция, както това се представя от Бо Санделин и Ан Вейдерпас (1996).[36] Независимо от открояващите се постижения на икономикса в страната от 30-те до началото на 50-те години на XX в., оттогава насам, както пише Коутс, "използването на английски език и американски идеи, техники и изследователски стилове в учебниците, икономическите списания и академичните дисертации стана почти повсеместно...."[37]. Питър Грьоневеген "говори за "*клониране*" на австралийския икономикс от неговия американски ролеви модел"[38]; "*клониране"* се прилага и от Йънг Бак Чой при характеризирането на икономикса на Корея като копиращ американския икономикс [39].

3. Регионализацията в икономикса като неизбежна алтернатива

В Коутс, ред. (1996) като цяло е отразена тенденцията на доминация на американския икономикс в процеса на интернационализацията на икономикса, но не са заличени националните различия и исторически особености. Гледната точка е *глобална, с входни потоци на влияние към американския икономикс и реекспорт към икономикса в света, но в същото време продължават да се развиват континентални и национални традиции и да съществуват специфични черти на икономикса на регионално ниво.* Анализирайки генерално основите на този образец на институционализация на икономикса, Марион Фуркад (2006) най-напред отбелязва развитието на икономикса отначало в националната общност от икономисти и *мястото на икономикса в институционалния апарат на националната държава*. След това тя изтъква националната *специализация* с разрастването на тази дейност и *разширяването на интернационалния обхват и цели* в процеса на професионализацията на икономикса след Втората световна война – наред с *нарастващата доминация в международните икономически асоциации на икономистите от Съединените щати*[40]. Тя проследява *трета фаза от края на 70-те години на XX в. насам – "с ясното възникване на регионален образец на организация"*[41].

От една страна регионалните асоциации на икономистите внушават измамно чувство за идентичност, облечена в световни стандарти. Тези организации включват икономисти, школувани в американски институции, които притежават световно припознатите акредитиви на икономикс професията. По такъв начин, регионалните асоциации и регионалните звена на международните асоциации (като пример и конкретно доказателство се посочват латиноамериканските секции на световното иконометрично дружество) "конституират "*тела посредници*", както здраво свързани с американската изследователска общност, така и играещи критична роля в социализацията на периферните общности по икономикс в изследванията, професионалните норми и интелектуалните рамки, произведени в академичната общност на

[36] Вж. Sandelin, Bo and Ann Veiderpass (1996) "The Dissolution of the Swedish Tradition", in Coats, Alfred W., ed. (1996), цит. изт., pp. 142-164.
[37] Coats, Alfred W. (1996) "Introduction", in Coats, Alfred W., ed. (1996), цит. изт., p. 4.
[38] Coats, Alfred W. (1996) "Introduction", in Coats, Alfred W., ed. (1996), p. 5; курсив – В.А. Относно интернационализацията на икономикса в Австралия, вж. Groenewegen, Peter (1996) "The Australian Experience", in Coats, Alfred W., ed. (1996), цит. изт., pp. 61-79.
[39] Вж. Coats, Alfred W. (1996) "Introduction", in Coats, Alfred W., ed. (1996), цит. изт., p. 5.
[40] Вж. Fourcade, Marion (2006), pp. 174-175.
[41] Вж. пак там [Fourcade, Marion (2006)], p. 175; курсив – В.А.

Съединените щати"[42] Такива организационни форми за Европа са споменатата от Бруно Фрей и Райнер Айхенбергер[43] като проводник на тенденцията на американизация на европейския икономикс *Европейска икономическа асоциация*, *Центърът за изследване на икономическата политика* и сп. *European Economic Review.* Американски автори се възползват да публикуват в специализираните европейски списания, и то със значителен относителен дял.[44] От интервюта с британски и френски икономисти, проведени от Фуркад, става ясно, че в началото на 80-те години на XX в. европейски икономисти започват да гледат на изграждането на *"европейски"* институции и интегрирането в тях като на "*стратегия за преодоляване на относителната изолация в рамките на техните национални области*"[45]. Този конформизъм предполага, от друга страна, необходимостта от зачитане на местните особености и изправянето на регионалните икономикс организации пред конкретните национални и регионални социално-икономически проблеми.

Като цяло, може да се твърди, че въпреки че възникват като организации на икономисти, школувани в американоцентричен "глобален" икономикс, "*веднъж стартирали, тези регионални институции следват своя собствена логика*. Налице е известна индикация, например, пише Фуркад, че *движението на регионализация започва да става самостойно, особено в случая с Европа*, където висшето образование все повече се организира на регионална база, пренебрегвайки по такъв начин Съединените щати като задължително място за образование."[46] Ключов институционален фактор на интернационализацията и регионализацията на икономикса в Европа се явява самото създаване и развитие на европейската общност, която изпитва нужда от квалифицирани и отговарящи на съвременните предизвикателства икономически кадри. От една страна европейската икономикс професия следва да отговаря на функционирането на глобалната икономикс професия, а, от друга страна, както това е добре известно от продължаващото вече над три десетилетия обсъждане на спецификата на европейския икономикс, европейският икономист се характеризира с различен профил от този на "глобалния" икономист.[47]

[42] Пак там [Marion (2006)], p. 176; курсив – В.А.

[43] Вж. Frey, Bruno S. and Reiner Eichenberger (1992) "Economics and Economists: European Perspective," *American Economic Review. Papers and Proceedings*, 82.2, 1992, pp. 216-220 with further references; цит. по Backhouse, Jurgen G.

[44] Над 30% от публикациите в сп. *European Economic Review и сп. Economic Journal* се падат на американски автори - вж. Fourcade, Marion (2006), p. 176, note 31. Фуркад се позовава на специално изследване по този въпрос - Elliott, Caroline, David Greenaway, and David Sapsford (1998) "Who's Publishing Who? The National Composition of Contributors to Some Core U.S. and European Journals", *European Economic Review* 42 (1), pp. 201-206; цит. по Fourcade, Marion (2006), p. 176: note 31, p. 188 (библиография).

[45] Fourcade, Marion (2006), p. 176; курсив – В.А.

[46] Пак там [Fourcade, Marion (2006), p. 176]; курсив – В.А.

[47] Вж. дискусията относно спецификата на европейския икономикс, в т.ч. вж. дискусията, провокирана от статията на Ричард Портес от 1987 г., в която той изказва скептицизъм относно съществуването на европейски по своята идентичност икономикс и че изобщо съществува икономикс, независим от американска доминация. Вж. посочените в Sent, E.-M. et al. (March 2005), pp. 134-135 и др., красноречиви развития оттогава насам, отразени в симпозиума на сп. *Kyklos* – вж. Frey, Bruno S. and Frey, Rene L., eds. (1995) 'Is there a European economics?' *Kyklos*, 48 (2) (Special Issue), pp. 185 – 311, и в сборниците Coats, Alfred W., ed. (1996), цит. изт., и Coats, Alfred W., ed. (2000) *The Development of Economics in Western Europe since 1945*, London: Routledge; цит. по Sent, E.-M. et al. (March 2005), p. 135, p. 141. Вж. Colander, David C. (2008) - относно европейския глобален икономист, и Colander, David C. and Hugo Nopo (2007) - относно латиноамериканския глобален икономист.

Европейската общност преди, респ. Европейският съюз сега, прилага като критерий за финансирането на икономическите изследвания *международното сътрудничество*. Сочи се, че политиката в тази област се явява "важен вектор на кроснационалната интеграция – инициално облагодетелстваща придобития в Съединените щати или в Обединеното кралство мейнстрийм икономикс, току-що описан, но *разрастващ се да инкорпорира едно много по-широко многообразие от подходи към икономикса* (като онези, представени в *Европейската асоциация за еволюционна политическа икономия*)."[48]

4. "Глобален" икономикс срещу "традиционен" икономикс: съвременно състояние и перспективи

Спорът за характера и посоката в развитието на общата икономическа теория, както се отбеляза, не е нов; борбите между *универсалистките* стремежи и "*традиционния*" подход са известни в историята на икономикса най-малкото от времето на прочутия *Methodenstreit* насам. Като е известно, през 80-те и 90-те години на XIX в. се разгръща полемика между австрийската школа в лицето на Карл Менгер и немската историческа школа в лицето на Густав Шмолер относно пътя за достигането до научното познание и за неговата същност, като биват противопоставени *"строгост"* (универсализъм) *срещу "реализъм"* (традиционен подход). Австрийските икономисти отстояват субективния подход и методологическия индивидуализъм, абстрактния дедуктивен анализ в теорията и интроспекцията като източник на свидетелства, а немските историци предпочитат холизма, центриран на национално ниво, изследват действието на национални, исторически и социологически фактори и разчитат на събирането на исторически данни и на емпиричните наблюдения и изводи, основани на опита (вж. Морган, 2001). Показателно е, че през XIX в. и в началото на XX в. американските учебници по икономикс са отразявали почти тоталната доминация на *традиционния* подход. По това време, както се изтъква в Калъндър (2006)[49] и се повтаря в Калъндър и Нопо (2007)[50], предтечите на глобалния математически икономикс, като учебникът *Чист икономикс* на Мафео Пантелеони, рядко са били използвани.[51] "Онова, което сега се смята *глобален икономикс*, пишат Калъндър и Нопо, става господстващо в Съединените щати *едва през 50-те години на XX в.*, като онова, което би могло да се нарече традиционен американски икономикс, което имаше силни институционалистки корени и което поставяше много силно ударение върху икономическата литература, история на идеите и евристичната приложна политика, беше *заместено с по-формален, технически, математически и статистически подход, който еволюира в съвременния глобален научен икономикс*."[52]

[48] Fourcade, Marion (2006), p. 176: note 32; курсив – В.А.
[49] Colander, David (2006) "What We Taught and What We Did: The Evolution of US Economic Textbooks (1830-1930)", *Il Pensiero Economico Italiano*, XIV, 2006, 1, pp. 27-35.
[50] Colander, David and Hugo Nopo (2007), цит. изт.
[51] Colander, David and Hugo Nopo (2007), p. 8: note 12, с препратка към Colander, David (2006); вж. пак там, Colander, David and Hugo Nopo (2007), p. 18 (библиография).
[52] Colander, David and Hugo Nopo (2007), pp. 8-9; курсив – В.А.

Във Фуркад (2006) се дава друга датировка на началото на *същинската глобализация* на икономикса и на икономикс професията – *70-те години на XX в.*, когато националният технократичен икономически елит се обръща против националната държава, от която обективно е произлязъл[53]. Под *"глобален" икономикс* Д. Калъндър и У. Нопо (2007) имат предвид *"научния" (сциентистки)* икономикс и неговото *откъсване* от историческите, социално-институционалните, идейни и др. особености в развитието на националната и по-широко детерминираната регионална икономика. Срещу него те противопоставят логически т.нар. от тях *"традиционен икономикс"*, с характерната за него привързаност към социално-историческата детерминация на икономическото развитие и конкретното теоретично осветляване и решаване на социално-икономическите проблеми в национален и в по-широко разглеждан от тях регионален аспект (имайки предвид в това тяхно изследване общите социално-икономически проблеми в развитието на латиноамериканските страни).

В светлината на маркираните в настоящата статия процеси на интернационализация на икономикса и на господството в света на неокласическия по своя характер и дълбока същност англосаксонски мейнстрийм икономикс *контратенденцията на регионализация в съвременния икономикс*, макар и в определена степен зависима от тенденцията на неговата интернационализация, все по-ясно се очертава като своеобразно противопоставяне на статуквото. Пристрастията към "традиционен" икономикс в национални и в регионални измерения се явява израз на търсенето на по-конкретна самоидентификация от страна на общото теоретично икономическо знание и на една по-различна визия за икономиста като "социален инженер"[54]. Ценно изяснение относно понятието за "социално инженерство", асоциирано с традиционните не-мейнстрийм и политикоикономически подходи, се съдържа в Калъндър и Нопо (2007) във връзка със специфицирането на профилите на "научен икономикс", "политическа икономия" и "приложен икономикс"[55]. "Накратко, *обучението по политическа икономия* – пишат авторите – би се съсредоточило *не върху* подготвянето на студентите да станат икономически учени със способността да си служат с най-новите технически, статистически и аналитични техники, *а, в отличие от това,* би ги подготвяло да станат практически икономически инженери със способността да довеждат [теоретичните постижения] на икономическата наука до политиката, и преподаватели по икономикс, които ще обучават студентите по практическа [икономическа] политика. *Фокусът на такъв клон, следователно, би бил разработване и прилагане на икономическата политика. Клонът на политическата икономия би бил по-сходен с инженерството, отколкото с науката, и би бил приложен икономикс не в смисъла на това да бъде усъвършенстван статистически анализ, а в смисъла на свързването на икономическите идеи с реалната политика*. Той [този клон – б.м. В.А.] би *потребявал, а не произвеждал, информация в икономическата наука*. Въпреки това, в процеса на своето

[53] Вж. Fourcade, Marion (2006), pp. 165-166.

[54] Различни визии за "социалното инженерство" на икономиста се съдържат, например, в Morgan, Mary (2001) и в Colander, David and Hugo Nopo (2007).

развитие той би изпращал нови въпроси към своя "научен" съдружник."[56]

Опитвайки се да хвърлят поглед напред към *глобализацията на магистърските програми по икономикс* в Латинска Америка, от една страна, Калъндър и Нопо (2007) ги разглеждат като подхранващи американските и европейските глобални докторски програми, а, от друга страна, визират перспектива, в която латиноамериканските магистърски програми по икономикс се стремят да *интегрират* "по-техническата страна на икономикса, върху която фокусира глобалният икономикс, с *по-практическата страна на икономикса, свързана с икономическата политика, върху която фокусират традиционните латиноамерикански програми по икономикс*"[57].

Това отличие между двете парадигмални алтернативи, разбира се, може да бъде подложено на по-обстоен и по-задълбочен анализ. Но тук е важно онова, което се споделя относно *европейския икономикс*. Според Калъндър и Нопо, "Текущо *Европа също претърпява борба между глобалните и по-традиционните европейски програми.* Докато текущо традиционните европейски програми – продължават те – са най-големи като брой програми и [брой] магистри, *глобалният подход в Европа бързо печели терен, поради развитието на европейска обща образователна политика, която набляга на мерките на [научна] продукция,* което силно облагодетелства глобалните икономически програми. Тези мерки се базират на публикуването в реферирани от общността глобални списания на английски език и *дават малко тегло на [научна] продукция на традиционните програми*. С вграждането на тези мерки на [научна] продукция в европейските системи за финансиране, *глобалните програми се разширяват, а традиционните програми се свиват*, както защото те не могат да наберат отлични студенти, така и защото им липсва финансиране."[58] И още нещо, с което двамата автори свързват развитието на европейския икономикс. "Онова, което преди това защитаваше традиционните програми в Европа, отбелязват те, бяха различните езици и разнообразните институционални култури на различните европейски страни. Тези различия предпазваха програмите и позволяваха развиването на локални разговори. Резултатът беше програми с ясни национални идентичности, със склонност да фокусират върху повече ориентирания към политиката неформален анализ, релевантен с разработващите локалната политика, а не да се правят глобални програми."[59]

Тенденция на *транснационализация на европейските магистърски програми в посока глобализация* се забелязва още през 90-те години на XX в. от Бруно Фрей и Райнер Айхенбергер (1993)[60]. Анализирайки пазара на академичен икономикс в САЩ и в Европа, те намират, че "интеграцията на европейския академичен пазар вече намира израз в частично дерегулиране на този пазар ...*европейският пазар става повече*

[55] Вж. Colander, David and Hugo Nopo (2007), pp. 9-12.

[56] Colander, David and Hugo Nopo (2007), p. 12; курсив - В.А. Следва да бъде подчертано, че в Morgan, Mary (2001) *не* политическата икономия, а *самият икономикс* бива разглеждан на определен исторически етап от неговото развитие като "*инженерство*". Както тук, така и в други свои публикации, Д. Калъндър поддържа тезата на Лайънъл Робинс за целесъобразността на обособяването и функционирането на "*научен*", т.е., *сциентистки*, икономикс.

[57] Colander, David and Hugo Nopo (2007), p. 8; курсив – В.А.

[58] Пак там [Colander, David and Hugo Nopo (2007)], p. 9; курсив – В.А.

[59] Пак там [Colander, David and Hugo Nopo (2007), p. 9].

[60] Вж. Frey, Bruno S. and Reiner Eichenberger (1993) "American and European Economics and Economists", цит. изт.

сходен с американския пазар. В резултат на това, ние смятаме, пишат те, че *все по-голям дял от европейските икономисти ще са теоретично специализирани и институционално неспецифични*. Това развитие вече е видно в различните транснационални магистърски програми, а така също в (наскоро основаната) Европейска икономическа асоциация."[61] Като отбелязват на свой ред "*отчетливото движение на регионализация*"[62], Фрей и Айхенбергер са на мнение, че *в дългосрочен план се очаква да надделее американизацията на европейския икономикс, с песимистичната прогноза за откъснатост на "хомогенизирания" икономикс от социалната действителност*[63].

Истинската дилема в развитието на съвременния икономикс, в т.ч., макар и в по-малка степен, и на европейския икономикс, обаче е в *принципното изпълнение от икономикса и от икономикс професията на социалнотрансформативни цели*.

В Калъндър и Нопо (2007) авторите гледат на осъществяването на практическата функция на съвременния икономикс от позицията на *статуквото* – в контекста на тенденцията на формиране и ролята на т.нар. "глобален икономикс". Стъпвайки върху развитото от тях разграничение между "научен икономикс", "политическа икономия" и "приложен икономикс", те смятат, че обучението по *глобален икономикс*, което според тях понастоящем наистина се налага в световен мащаб, се характеризира с немалко *дефицити*, поради което в допълнение трябва да бъдат развити *политическата икономия и приложният икономикс*.[64] Но, като цяло, господстващият и глобализиращ се неокласически икономикс изпълнява своя присъща социалнотрансформативна цел. Това се постига с тоталното му институционално господство в повечето страни в света и с непрекъснатия процес на неговото фактическо самоосъществяване като теория и като практическо приложение.[65]

Във Фуркад (2006) се обобщава, че "глобализацията конституира, фактически, фундаментален елемент в професионализацията на икономикса"[66]. В нейното изследване професионализацията на икономикса и настъпилата по-нататък негова универсализация са непосредствено и неразривно свързани с развитието и международното присъствие на националната държава. Експанзията и еволюцията на икономикса в нейната концепция стои върху основата на социалната институционализация и издигането на националните икономически елити и тяхната технократизация. За целите и в изпълнението на *националния държавен проект* исторически настъпва *национална*

[61] Frey, Bruno S., and Reiner Eichenberger (1993), p. 191; курсив – В.А.
[62] Пак там, с. 191; курсив – В.А.
[63] Вж. пак там [Frey and Eichenberger, 1993], p. 192.
[64] Те пишат: "Има много тънки пунктове в моралната философия, релевантни с транслирането на разбиранията и интуицията на науката към политиката, и обучаваният като политически икономист трябва да бъде обучаван в тези тънкости. *Текущото обучение по глобален икономикс не дава обучение в такива области и по такъв начин проявява дефицит в обучението на студентите за превеждането на икономическото знание към политиката. Или студентите трябва сами да навакса това знание, или те не го правят, и стават идеолози, отстоявайки възгледи, зависещи от ценностни съждения, без да признават, че правят точно това."* (Colander, David and Hugo Nopo, 2007, pp. 9-10; курсив - В.А.).
[65] Вж. постановките за "самоосъществяващата се прогноза", дефинирана от Робърт Мъртън, относно функционирането и развитието на икономикс професията и икономикса в: Petersen, Verner C. (2005) "The Otherworldly View of Economics – and Its Consequences", *Working Paper 2005-13*; Fourcade, Marion (2006), цит. изт.; и др.
[66] Вж. Fourcade, Marion (2006) "The Construction of a Global Profession: The Transnationalization of Economics", p. 185.

технократизация на икономикс професията, а през 30-те и 40-те години на XX в. ролята и влиянието на икономикса и на икономикс професията се детерминират преди всичко от *"икономизацията" на държавата*, под което се разбира *дефинирането на икономиката като обект на целенасочено въздействие*.

Както отбелязва Фуркад, "В течение на XX в. упражняването на въздействие върху икономиката стана все повече и повече легитимна практика, осъществявана от все повече специализирани експерти. Действително, *световната експанзия на икономикса се осланяше на първо място и преди всичко на идеята, широко институционализирана в следвоенния период, че икономическото развитие и растеж могат да бъдат програмирани и регулирани, или че лошо функциониращите икономики могат да бъдат поправени."* [67].

Така, в общ план, *началото на фазата на същинската съвременна глобализация на икономикса се ознаменува*, както пише тя, *с това, че "националните икономически институции прогресивно биват изпразнени и от тяхното политически трансформативно значение, и предефинирани като обекти за ефикасен мениджмънт, а не като средство, насочено за реализацията на по-възвишени идеали*. Упадъкът и универсалното пренебрежение и подценяване на интервенционистките схеми като националното планиране, от една страна..., и растящата настоятелност на неолибералната технология на правителството... – която отхвърля както националните граници, така и публичния мениджмънт като източници на икономическа неефикасност, от друга, според нея, *правят тази трансформация по-пълна*."[68].

Това е "*управленски модел*" на държавата, развил се заедно с възкресяването на икономическия неолиберализъм.[69] Той изпълнява *друг тип широки социални трансформативни цели, различни от преките социални трансформативни цели на "политикоикономическия модел" на изграждането на националната държава*.[70]

Тази генерална еволюция намира характерно проявление в съществено *лимитираните вътрешнодисциплинарни развития на икономикса* (например, развитието на теорията за човешкия капитал и др. п. "вътрешнодисциплинарни" развития, *неизлизащи извън рамките на господстващия икономически възглед*) и в сблъсъка между "*икономикса на първия свят*" и *модела на решаване на икономическите проблеми на "третия свят"*.

"Управленският модел" на държавата (или т.нар "гавърнментализация" на държавата[71]) превръща икономиста в технократ, притежаващ инструментариум, но който *не е социален инженер от "стария" политикоикономически тип*. Техническата експертиза прераства от бюрократичен в *политически* актив. Централни банки и министерства излъчват елити от експерти и именно вписването им в модела на "гавърнментализацията" на държавата им придава легитимност на експерти и ореол на величие. "Тази *икономизация на технокрацията,* от една страна, *и на политическия елит,*

[67] Пак там, pp. 162-163; курсив – В.А.

[68] Fourcade, Marion (2006) "The Construction of a Global Profession: The Transnationalization of Economics", p. 166; курсив – В.А.

[69] Вж пак там, p. 166: note 15.

[70] Вж. пак там [p. 166 и p. 166: note 15].

[71] Терминът "гавърнментализация" е на Мишел Фуко и е дискутиран от него в Мишел Фуко (1979) – Foucault, Michel (1979) "On Governmentality", *Ideology and Consciousness* 6, pp. 5-21, цит. по Fourcade, Marion (2006), p. 166: note 15, p. 188 (библиография). Относно прехода и смяната на по-стария "политикоикономически" модел с по-"управленски" модел, вж. Fourcade, Marion (2006), p. 166.

от друга (особено забележима в страните със среден доход), пише Фуркад, *са две измерения на институционализацията на икономическото знание в рамките на държавата през XX в. ... Накратко,* обобщава тя, *[държавата] е реконструирана и гавърнментализирана, така че да легитимира претенциите на икономистите. Следователно, икономиксът стана централен за нацията, защото нацията стана по-икономическа.*"[72] Проектирането на цели и интереси на националните технократични икономически и политически елити отвъд границите на националната държава, както вече се отбеляза, ознаменува по същество началото на същинската глобализация на икономикса, с характерното за нея следване на *бизнес-суправленски трансформационен модел* и загърбването на *традиционния политико-икономически трансформационен модел*.[73] В последно време обаче са налице индикации, изразени на високо общосъюзно европейско равнище, за признаването на ценността на аспектите, съдържащи се в традиционния социалнотрансформативен подход[74].

5. Заключение

Процесите на утвърждаване и тоталният марш на глобален неокласически икономикс поставят много нерешени въпроси. Интернационализацията не отрича упоритото разнообразие на националните специфики. "До голяма степен, както пише Фуркад, всички страни следват свой уникален маршрут с цел да запълнят възникващите ниши за експертно икономическо знание в науката, [икономическата] политика и бизнеса. В по-старите държави (например Франция, Германия, Япония) отличителните икономикс традиции се загнездват твърде рано в образователните и административни системи и продължават да проявяват оригинални характерни особености, произтичащи от условията на тяхното възникване, и поддържани, в някои от случаите, от относително затворения характер на тяхното гражданско приложение и системите за висше образование..."[75] Европейският икономикс, според оценките на водещи изследователи, се характеризира с определени преимущества пред глобализиращия се англосаксонски икономикс. Оставайки отворен за тенденцията на глобализация на съвременния икономикс, смята се, че той трябва да запази и да продължи да развива своите ценни практики и институционални особености.[76]

[72] Fourcade, Marion (2006), p. 167; курсив – В.А.

[73] Вж. цит. Fourcade, Marion (2006), pp. 165-166.

[74] Оценка за необходимостта от възприемането от Европа на "по-широк, по-малко технократичен възглед", свързан с признаването на значението на социалните и хуманитарните науки в изграждането на обоснован подход в разработването на социално-икономическата политика, вж. в речта на европейския комисар по изследвания, иновация и наука пред Британската академия от 10 ноември 2011 година: Maire Geoghegan-Quinn - European Commissioner for Research, Innovation and Science, "The Future of Social Sciences and Humanities in Horizon 2020", Speech at the British Academy, London – 10 November 2011, p. 7; http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/11/741&format=HT.

[75] Fourcade, Marion (2006), p. 158.

[76] Вж. показателното заглавие на публикацията на Дейвид Калъндър (2008) - Colander, David (2008), "Can European Economics Compete with U.S. Economics? And Should It?" ["Може ли европейският икономикс да се съревновава с американския? А необходимо ли е?"]; вж. там, например, p. 16, където ясно е заявена тази позиция. Вж. още Weintraub, E. Roy (2002b) "Will Economists Ever Have a Past Again?", in Weintraub, E. Roy, ed. (2002) *The Future of the History of Economic Thought*, Durham, NC: Duke University Press (Annual Supplement to *History of Political Economy*, Vol. 34), pp. 1-14, за оценки в подкрепа на ценността и жизнеспособността на европейския икономикс.

Литература

1. Коутс, А. У. (2002 [1991]) Икономист като професия, В: Гринъуей, Д, М. Блини, И. Стюарт (ред.) *Панорама икономической мысли конца XX столетия*, в двух томах. Т. 1. Перевод с английского под редакцией В. С. Автономова, С. А. Афонцева. "Экономическая школа", Санкт-Петербург, 2002, гл. 8: с. 142-170. Оригинално заглавие: *Companion to Contemporary Economic Thought*, edited by David Greenaway, Michael Bleany and Ian Stewart, Routledge, 1991.

2. Backhouse, Jurgen G. (27 October 1995) "Good Economics, Bad Economics, and European Economics", forthcoming in *Kyklos*, http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=556.

3. Backhouse, Roger E. (2006) "Economics since the Second World War", draft March 2006, интернет изт. (28 pp.), и Backhouse, Roger E. ([2008]) *Batch 43*: United States, Economics in (Since the Second World War). New Palgrave: United States, Since WW2; http://www.econ.uoa.gr/UA/files/1358441695.pdf.

4. Bateman, Bradley W. (2008) "2007 Presidential Address: Reflections on the Secularization of American Economics", *Journal of the History of Economic Thought*, Vol. 30, No. 1, March 2008; разполагаем интернет изт.

5. Coats, A. W. (1992a) *British and American Economic Essays*, Vol. 1: On the History of Economic Thought, London: Routledge; цит. по Bateman, B. (2008), p. 2, p. 2: note 2; p. 19 (библиография).

6. Coats, Alfred W. (1992b) *British and American Economic Essays*, Vol. 2: The Sociology and Professionalization of Economics, London: Routledge; цит. по Bateman, B. (2008), p. 2; p. 2: note 2; p. 19 (библиография).

7. Coats, Alfred W. (1996) "Introduction", in Coats, Alfred W., ed. (1996).

8. Coats, Alfred W., ed. (1996) *The Post-1945 Internationalization of Economics*, Durham and London, Duke University Press (Annual Supplement to *History of Political Economy*, Vol. 28).

9. Coats, Alfred W., ed. (2000) *The Development of Economics in Western Europe since 1945*, London: Routledge; цит. по Sent, Esther-Mirjam et al. (March 2005), p. 135, p. 141.

10. Coats, Alfred W. (1988) "The Educational Revolution and the Professionalization of American Economics", in William J. Barber, ed. *Breaking the Academic Mould: Economists and American Higher Learning in the Nineteenth Century*. Middleton, CT: Wesleyan University Press; цит. по Bateman, B. (2008), p. 2: note 2; p. 19 (библиография).

11. Colander, David (2006) "What We Taught and What We Did: The Evolution of US Economic Textbooks (1830-1930)", *Il Pensiero Economico Italiano*, XIV, 2006, 1, pp. 27-35, разполагаем интернет изт.

12. Colander, David (July, 2002) "Globalization and Economics", Middlebury College Economics Discussion Paper No. 02-35, http://community.middlebury.edu/~colander/articles/Globalization%20and%20Economics.pdf

13. Colander, David (2008) "Can European Economics Compete with U. S. Economics? And Should It?"; http://www.iza.org/conference_files/ReinEco2008/colander_d4219.pdf

14. Colander, David and Hugo Nopo (2007) "The Making of a Latin American Global Economist", Middlebury College Economics Discussion Paper No. 07-05, http://www.middlebury.edu/services/econ/repec/mdl/ancoec/0705.pdf

15. Elliott, Caroline, David Greenaway, and David Sapsford (1998) "Who's Publishing Who? The National Composition of Contributors to Some Core U.S. and European Journals", *European Economic Review* 42 (1), pp. 201-206; цит. по Fourcade, Marion (2006), p. 176: n: 31, p. 188 (библиография).

16. Foucault, Michel (1979) "On Governmentality", *Ideology and Consciousness* 6, pp. 5-21, цит. по Fourcade, M. (2006), p. 166: note 15, p. 188 (библиография).

17. Fourcade, Marion (2006) "The Construction of a Global Profession: The Transnationalization of Economics", *American Journal of Sociology*, Vol. 112, No. 1 (July 2006), pp. 145-194; http://sociology.berkeley.edu/faculty/fourcade-gourinchas /pdf/AJSII.pdf

18. Fourcade-Gourinchas, Marion (2001) "Politics, Institutional Structures and the Rise of Economics: A Comparative Study", Theory and Society 30 (3), pp. 397-447; разполагаем интернет изт.

19. Frey, Bruno S. and Reiner Eichenberger (1992) "Economics and Economists: European Perspective," *American Economic Review. Papers and Proceedings*, 82.2, 1992, pp.216-220 with further references; цит. по Backhouse, Jurgen G. (1995), http://arno.unimaas.nl/ show.cgi?fid=556

20. Frey, Bruno S. and Reiner Eichenberger (1993) "American and European Economics and Economists", *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 7, No. 4 (Autumn 1993), разполагаем JSTOR интернет изт.

21. Geoghegan-Quinn, Maire - European Commissioner for Research, Innovation and Science, "The future of Social Sciences and Humanities in Horizon 2020", Speech at the British Academy, London – 10 November 2011, p. 7; http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/11/741&format=HT

22. Groenewegen, Peter (1996) "The Australian Experience", in Coats, Alfred W., ed. (1996), pp. 61-79.

23. Hands, D. Wade (2007) "The Future of Economics?", Regester Lecture, a public lecture given at the University of Puget Sound, Tacoma, WA, November 15, 2007; разполагаем интернет изт.

24. Mirowski, Philip E. (1994) *Natural Images in Economic Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, цит. по Fourcade, Marion (2006), p. 158, p. 191 (библиография).

25. Mirowski, Philip E. (2002) *Machine Dreams: Economics Becomes a Cyborg Science,* Cambridge: Cambridge University Press, цит. по Fourcade, Marion (2006), p. 159, p. 191 (библиография).

26. Morgan, Mary (2001) "The formation of "Modern" Economics: Engineering and Ideology", Working Paper No. 62/01, May 2001,

27. http://www.lse.ac.uk/collections/economicHistory/pdf/WP6201.pdf

28. Morgan, Mary and Malcolm Rutherford, eds. (1998) *From Interwar Pluralism to Postwar Neoclassicism*, Durham, NC: Duke University Press (Annual Supplement to *History of Political Economy*, Vol. 30).

29. Parker, Richard (1993) "Can Economists save Economics?", *The American Prospect*, Vol. 4, Issue 13, March 21, 1993; разполагаем интернет изт.

30. Petersen, Verner C. (2005) "The otherworldly view of economics – and its consequences", *Working Paper 2005-13*, www.credo.abs.dk/....

31. Polak, Jacques J. (1998) "The IMF Model at 40", *Economic Modelling,* 15:3 (1998), pp. 395-410; цит. по Morgan, Mary (2001), p. 32: note 51, p. 42: note 51.

32. Portes, Richard (1987) "Economics in Europe", *European Economic Review*, 31, pp. 1329-1340, цит. по Sent et al. (March 2005), pp. 134-135; p. 141.

33. Reder, Melvin (1999) *Economics: The Culture of a Controversial Science*, Chicago: University of Chicago Press, цит. по Fourcade, Marion (2006), p. 159, p. 192 (библиография).

34. Sandelin, Bo and Ann Veiderpass (1996) "The Dissolution of the Swedish Tradition", in Coats, Alfred W., ed. (1996), pp. 142-164.

35. Sent, Esther-Mirjam et al. [Sent, Esther-Mirjam, Roger E. Backhouse, Alfred W. Coats, John B. Davis, and Harald Hagemann] (March 2005) "Perspectives on Michael A. Bernsterin's A Perilous Progress: Economists and Public Purpose in Twentieth-Century America", *European Journal of the History of Economic Thought* 12:1, pp. 127-146; html версия на файла http://www.ingentaconnect.com/browsing/SupplementaryTOC?owner =article &type=citation%pub=infobike://routledg/rijh/2005/....

36. Weintraub, E. Roy (2002a) *How Economics Became a Mathematical Science (Science and Cultural Theory)*, Durham, NC/London: Duke University Press, цит. по Fourcade, Marion (2006), p. 158, p. 193 (библиография).

37. Weintraub, E. Roy (2002b) "Will economists ever have a past again?", in Weintraub, E. Roy, ed. (2002) *The Future of the History of Economic Thought*, Durham, NC: Duke University Press (Annual Supplement to *History of Political Economy*, Vol. 34), pp. 1-14; http://hope.dukejournals.org/cji/reprint/34/suppl_1/1

38. Weintraub, E. Roy, ed. (2002) *The Future of the History of Economic Thought*, Durham, NC: Duke University Press (Annual Supplement to *History of Political Economy*, Vol. 34).

Увеличаване на печалбата чрез избор на клиенти в директния маркетинг

Красимир Маринов*

Резюме: Много фирми, в т.ч. занимаващи се с директен маркетинг, печелят конкурентно предимство чрез прилагане на концепцията за маркетинг чрез взаимоотношение. Предпоставка за това е възможността да се събира значителна по обем информация за собствените клиенти и за потребителите на пазара като цяло. В статията се защитава тезата, че печалбата, която потребителят носи на фирмата, е изходна точка за стратегията ѝ за управление на връзките с клиентите, както и че различните потребители трябва да бъдат насърчавани и удовлетворявани в различна степен. Предложен е нов подход за сегментиране на потребителите и са очертани стратегии за увеличаване на печалбата с помощта на подходящо управление на взаимоотношенията с потребителя.

Ключови думи: дългосрочна стойност на клиента, управление на взаимоотношенията с потребителя, печалба.

JEL: M31, M39.

Въведение

Много от успешните фирми печелят конкурентно предимство на пазара чрез прилагане на концепцията за маркетинг чрез взаимоотношение[1]. Успехът на тази концепция при директния маркетинг се дължи на непрекъснатия напредък в информационните и комуникационните технологии, позволяващ на фирмите да събират значителна по обем информация за собствените си клиенти и за потребителите на пазара като цяло[2]. Въпросът, който въз-

* Красимир Маринов е доктор, главен асистент в катедра "Маркетинг и стратегическо планиране" на УНСС, e-mail: k_marinov@mail.bg

[1] Анализ на концепцията за маркетинг чрез взаимоотношение виж у Харкър и Егън [4, 2006, 221]. Понятието "маркетинг чрез взаимоотношение" е използвано изрично за пръв път от Бери [2, 1983, 26] в критичен обзор на литературата по маркетинг на услугите, в който се защитава тезата, че учените и компаниите са се фокусирали прекалено много върху привличането на потребители за сметка на задържането им. Аргументирана е необходимостта от преход от подход на отделните сделки, при който маркетинговите усилия са насочени към привличане на потребители, към подход на взаимоотношението, при които привличането на нови потребители се разглежда само като междинна стъпка в маркетинговия процес, а основна цел е задържането на потребителите. Бери дефинира маркетинга чрез взаимоотношение като "изграждане, поддържане и подобряване на взаимоотношенията с потребителите". Подобни са и дефинициите на други изследователи, обединени от разбирането, че става дума за "всички дейности на фирмата за изграждане, подържане и развитие на взаимотношенията с потребителя".

[2] В сърцевината на директния маркетинг е идеята за система от дейности, които се основават на информация за отделния потребител, съхранявана в база данни. Информацията за отделните потребители е основа за маркетингови анализи, планиране, изпълнение на програми и контрол.

никва, е съществува ли подход за увеличаване на печалбата, който да бъде следван от компаниите, прилагащи концепцията за маркетинг чрез взаимоотношение, в т.ч. от фирмите, ангажирани с директен маркетинг. Целта на настоящата статия е да се потърси отговор на този въпрос, като се изпълнят няколко конкретни задачи:

- първо, да се отбележат същността и приложението на концепцията за дългосрочната стойност на клиента;
- второ, да се покаже неравномерното разпределение на дългосрочната стойност на клиента сред потребителите;
- трето, да се предложи нов подход за сегментиране на клиентите;
- четвърто, да се очертаят стратегии за максимизиране на печалбата в зависимост от новото сегментиране на клиентите.

Концепцията за дългосрочната стойност на клиента

Управлението на взаимоотношенията с потребителите поставя акцент върху бъдещата стойност на клиента. Дългосрочната стойност на клиента е показател, характеризиращ бъдещата печалба, която се очаква да бъде получена от определен потребител [1, 1998, 18], [3, 2009, 159]. В последните години нараства важността на дългосрочната стойност на клиента – от само един от показателите за измерване стойността на клиента до начин на мислене и правене на бизнес. Потенциалът за бъдеща печалба от определен купувач представлява основа за всички маркетингови дейности, имащи отношение към управлението на взаимоотношенията с потребителите.

Печалбата от потребителя за целия срок на взаимоотношението с него, т.е. неговата дългосрочна стойност, трябва да бъде отчетена при вземането на решение дали да му се предложат допълнителни продукти – както такива, които задоволяват същата потребност, но са с по-високо качество и цена, т.е. принадлежат към по-висок етаж на пазара, така и продукти, които задоволяват други потребности и се използват от потребителя за други цели. Емпиричните проучвания съдържат доказателства, че дългосрочната стойност за клиента превъзхожда всички останали показатели, когато става дума за избор на потребителите, които са адресати на определена маркетингова дейност [8, 2003, 78]. Мениджърите трябва да разполагат с информация за дългосрочната стойност на клиентите си преди да вземат решение за избирателно предлагане на правилните допълнителни продукти на правилните потребители. Например, може да се окаже, че определена кампания за увеличаване на продажбите би довела до по-добри резултати и би била по-ефективна за клиенти с по-ниска дългосрочна стойност в сравнение с клиенти с по-висока такава. Съобразяването с това обстоятелство би увеличило стойността на определени потребители за фирмата.

Инициативите за продажба на допълнителни продукти, широко разпространени в директния маркетинг, водят до по-високи приходи от онези потребители, които отговарят положително на предложението и увеличават покупките си от фирмата. Едновременно с това винаги има и потребители с по-ниска дългосрочна стойност за компанията, които игнорират инициативите на фирмата за продажба на допълнителни продукти. Въпросът, който възниква, е: фирмата трябва ли да се стреми да спечели лоялността на всички свои клиенти? Отговорът ни е отрицателен. Стратегия-

та на фирмата по отношение на лоялността на потребителите трябва да зависи от потенциала за печалба, който има всеки отделен клиент. Това означава, че стимулите и насърченията за различните клиенти трябва да бъдат различни. В литературата могат да бъдат открити примери от множество отрасли за различно третиране на клиентите [6, 2004]. Например, авиокомпаниите традиционно награждават клиентите си в зависимост от пропътуваното разстояние. Ако един клиент е пропътувал 1500 километра, той би получил 1500 бонус точки. Този традиционен подход постепенно се променя. Все повече авиокомпании започват да награждават клиентите си и да им предоставят точки в зависимост от сумата, заплатена за билета. Например компанията Континентал начислява само 50 % от бонус точките, полагащи се за определено разстояние, ако билетът е закупен на намалена цена, 100 % от полагащите се бонус точки, ако билетът е за икономична класа, и 150 % от полагащите се бонус точки, ако за билета е платена пълната цена, съгласно обявената тарифа на компанията [12, 2011].

Фирмите, които се опитват да спечелят, като първо насърчават лоялността на клиентите, а по-късно се възползват от генерираната от тях печалба, често стигат до неправилно управление на лоялността на клиентите [7, 2002, 89]. Налице е засилваща се тенденция фирмите да диференцират програмите си за лоялност, като стимулират носещите им най-голяма печалба клиенти както с осезаеми, така и с неосезаеми награди, и едновременно с това ограничават, или дори елиминират, стимулите за клиентите, които им носят най-малка печалба. Кумар и Шах [6, 2004] определят тази промяна в подхода като доминираща тенденция в програмите за лоялност на клиентите. В резултат фирмите все повече се опитват да удовлетворят различните потребители в различна степен, като променят придобивките, които те получават. Компаниите се стремят да максимизират удовлетворението на потребителите, като им предоставят специални привилегии. Тези превилегии са достъпни само за клиентите, носещи най-голяма печалба (т.е. имащи най-висока дългосрочна стойност), и не се предоставят на тези, носещи по-малка печалба (т.е. имащи по-ниска дългосрочна стойност). Обслужването на потребителите съзнателно се проектира така, че да може да създава големи различия в тяхното удовлетворение на основата на различната печалба, която те носят на фирмата.

Както вече беше отбелязано, фирмите първо оценяват печалбата, която може да им донесе всеки един потребител, едва след това се интересуват от показатели като лоялност и удовлетворение. Могат да бъдат посочени три основни причини, поради които фирмите не трябва да основават стратегията си за маркетинг чрез взаимоотношение върху показатели като удовлетворение и лоялност на потребителя.

1. Необходимост показателите да бъдат ориентирани към бъдещото, а не към миналото поведение на клиента. Удовлетворението и лоялността са измерители, свързани с възприятието и отношението, и като такива са ориентирани към миналото поведение на потребителя. Разработването на каквито и да било методи за предвиждане на бъдещото му поведение на основата на показатели като удовлетворение и лоялност е трудно. Показателите, които фирмите използват понастоящем за оценка на печалбата от

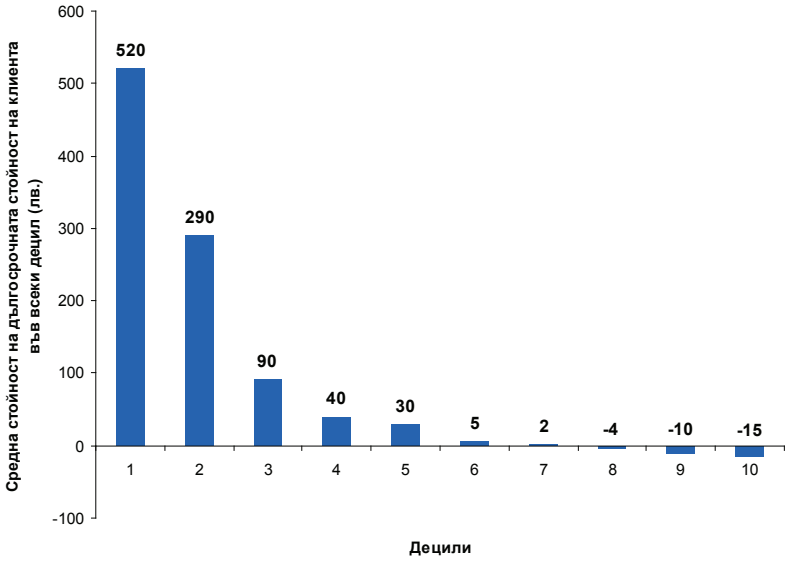
потребителите, какъвто е дългосрочната стойност, имат за цел да предвидят бъдещото поведение при покупка на основата на информация за миналото и настоящото поведение – транзакции, отношение, демографски данни [10, 2006, 173].

2. Необходимост от обхващане както на настоящи, така и на потенциални клиенти. Удовлетворението и лоялността са приложими само към настоящите клиенти и не могат да се приложат към потенциалните клиенти. Това е съществен недостатък на тези показатели, тъй като потенциалните клиенти могат да бъдат толкова важни за бъдещата печалба на фирмата, колкото са и настоящите клиенти. Показателите за бъдеща печалба от потребителите (какъвто е дългосрочната стойност на клиента) вземат предвид и необходимите инвестиции за привличане и задържане на клиентите [5, 2002, 38].

3. Необходимост от отчитане на действията на конкурентите. Удовлетворението и лоялността не вземат предвид въздействията от страна на съперниците на пазара, които имат ключово значение за преминаването на потребители към тях. Много от удовлетворените потребители, както и от тези, които декларират намерение за повторна покупка, могат да бъдат привлечени от конкурентите чрез по-добри оферти. Въпреки трудността да се следи постоянно информацията за конкурентите, показателите за бъдещата печалба от потребителя вземат предвид въздействията от страна на конкурентите и по този начин помагат да се предвидят промените на пазара и да се оценят последиците им за бъдещата печалба на фирмата [9, 2004, 111].

Разпределение на дългосрочната стойност на клиента

В съответствие с принципа на Парето, в повечето фирми на около 20 процента от потребителите обикновено се падат около 80 или повече процента от общата (за цялата фирма, за всички потребители) дългосрочна стойност на клиента. Емпирични



Фигура 1. Примерно разпределение на дългосрочната стойност на клиента по децили

проучвания [11, 2010, 130] показват, че е налице още по-голямо неравновесие в печалбата за фирмата, която отделните потребители генерират. Фигура 1 представя примерно разпределение на печалбата от потребителите, измерена чрез дългосрочната стойност на клиента, по децили. Всеки децил включва по 10 процента от потребителите, подредени последователно по намаляваща стойност на печалбата от всеки от тях. В разпределението на дългосрочната стойност на клиента от фигура 1, на горните 20 процента от потребителите (първите 2 децила) се падат 85 процента от общата печалба на фирмата. Избирателното задържане на носещите най-голяма печалба клиенти се превръща в изключително важна задача в случаите, в които е налице асиметрично разпределение на стойността на потребителя.

Сегментиране на потребителите според очакваната бъдеща печалба и цялостния потенциал за печалба

Изследванията показват, че печалбата, която клиентите носят на фирмата, може да варира значително между тях [9, 2004, 111]. Въз основа на разпределението на дългосрочната стойност потребителите могат да бъдат групирани в сегменти с различна печалба. Ако се вземе за пример разпределението на дългосрочната стойност на клиентите от фигура 1, могат да бъдат оформени два сегмента: първият е сегмент на потребителите с висока дългосрочна стойност, включващ тези от децили 1, 2 и 3; вторият е сегмент на потребителите с ниска, в това число – с отрицателна, дългосрочна стойност, включващ тези от децили 4, 5, 6, 7, 8, 9 и 10. Паричната стойност на всеки децил представлява средна на дългосрочните стойности на клиентите в съответния децил. Тъй като дългосрочната стойност на клиента не е нищо друго освен очакваната бъдеща печалба от него, фирмите не трябва да превишават тази стойност при бюджетирането на маркетингови инициативи за управление на взаимоотношенията. Например, при разпределението на дългосрочната стойност на клиента от фигура 1 фирмата не трябва да изразходва повече от 40 лева средно за клиент от децил 4. По друг начин стоят нещата при децил 1 – фирмата може да си позволи да изразходва средно по 520 лева за клиент от този децил. Може да се обобщи, че дългосрочната стойност на клиента не само дава ориентир за разграничение между потребителите на основата на печалбата, която те носят за фирмата, но също така задава максималната сума пари, която може да бъде използвана от фирмата за стимулиране на взаимоотношенията с тях.

Въпреки че дългосрочната стойност служи за измерване на бъдещата печалба от потребителя за фирмата, този показател не дава информация за цялостния потенциал за печалба от същия потребител. За да се увеличи печалбата за фирмата от всички потребители, е необходимо дългосрочната стойност на клиента да се оцени едновременно с размера на неизползваната сума на всеки клиент, предназначена за съответната продуктова категория. Неизползваната сума за категорията е ориентир за потенциала за нарастване на печалбата от потребителя. Например, Ивелина купува дамско облекло от магазин Кенсол за 1500 лева на година. Да предположим, че покупките ѝ на дамско облекло от всички магазини, на които тя е клиент, са за 1800 лева на година. В този случай от гледна точка на магазин Кенсол неизползва-

ната сума за категорията дамско облекло за Ивелина е 300 лева на година.

Напредъкът в маркетинговите проучвания и системите за съхранение на информация превръщат за повечето фирми данните за неизползваната сума за категорията в достъпни и/или поддаващи се на оценка. Например банки, застрахователни компании, авиокомпании и търговци на дребно обикновено могат да оценят много добре потенциала за печалба на клиентите си на основата на определени демографски и психографски данни, с които те разполагат. Едновременното разглеждане на дългосрочната стойност и неизползваната сума за категорията води до конструиране на четири сегмента потребители, показани на фигура 2.

Управление на потребителите с висока дългосрочна стойност: Сегменти 1 и 2

Сегменти 1 и 2 от фиг. 2 представляват клиенти с висока дългосрочна стойност. Това са потребители, които обикновено генерират непропорционално висока печалба за фирмата в сравнение с тези, които попадат в сегментите с ниска дългосрочна стойност. Потребителите с висока дългосрочна стойност могат да се различават по своята неизползвана сума за категорията.

Сегмент 1 се състои от потребители с висока дългосрочна стойност и ниска неизползвана сума за категорията. Тази категория клиенти обикновено са с висока лоялност към фирмата и предпочитат да изразходват към нея по-голямата част от

Висока ДСК	*Сегмент 1* **Подхранване на взаимоотношението**	*Сегмент 2* **Защитаване на взаимоотношението**
Ниска ДСК	*Сегмент 3* **Намаляване на разходите**	*Сегмент 4* **Допълнителни продажби**
	Ниска НСК	***Висока НСК***

Фигура 2. Сегментиране на потребителите на основата на дългосрочната стойност на клиента (ДСК) и неизползваната сума за категорията (НСК)

Стратегии за увеличаване на печалбата чрез управление на потребителите

Увеличаване на печалбата е възможно чрез оптимален избор на клиенти, което означава привличане и задържане на онези потребители, които носят печалба на фирмата. Целта е да се разпределят ресурсите за маркетингови дейности между разнородната база от купувачи така, че най-много ресурси, съответно най-активни маркетингови дейности, да бъдат насочени към клиенти, носещите най-голяма печалба. За да се постигне това, е необходимо прилагане на различни стратегии, които се основават на разграничението между клиенти, носещи по-голяма и по-малка печалба, както и на разграничението между такива с по-голям и с по-малък потенциал за печалба при разпределянето на маркетингови ресурси за задържане на потребителите, за стимулиране на тяхната лоялност и за осигуряване на тяхното удовлетворение.

сумата, предназначена за определена продуктова категория. Това, което фирмите трябва да правят по отношение на потребителите от този сегмент, е да подхранват взаимоотношението с тях. На тези потребители компанията трябва да предлага специални насърчения и привилегии чрез програмата си за лоялност. Насърченията могат да бъдат както материални, така и нематериални – важното е да стимулират допълнително лоялността на тези, към които са насочени [6, 2004]. Например хотел от голяма международна верига в София предоставя на лоялните си посетители безплатни купони за масаж във фитнес центъра на хотела, безплатни ваучери за луксозни вечери и безплатни трансфери с кола и шофьор на хотела от и до летището.

Сегмент 2 включва клиенти с висока дългосрочна стойност и висока неизползвана сума за категорията. Това са хора, които генерират значителна печалба, но имат потенциал да донесат още по-големи продажби за фирмата. Поради високата си неизползвана сума за категорията, тези клиенти представляват значителен интерес и за конкуренцията. Следователно, фирмата трябва да действа така, че да защити взаимоотношението си с тях. Това може да се постигне, като програмите за лоялност се насочат към задържане на клиентите или към разширяване на взаимоотношението им с фирмата чрез продажба на допълнителни продукти. Например един от мобилните оператори в нашата страна предоставя допълнителни СИМ карти на членовете на семействата на абонатите си с най-голяма стойност. Същата компания предлага безплатни мобилни апарати на съществуващите си клиенти, ако те се съгласят да продължат договора си за още 2 години.

Управление на потребителите с ниска дългосрочна стойност: Сегменти 3 и 4

Сегментите с ниска дългосрочна стойност обикновено се състоят от по-голям брой потребители. Компаниите трябва да анализират тази група, за да установят дали има възможност за увеличаване на дългосрочната стойност на клиентите чрез продажба на допълнителни продукти.

Сегмент 3 обхваща хора с ниска дългосрочна стойност и ниска неизползвана сума за категорията. Възможността тези потребители да се превърнат в такива с висока дългосрочна стойност е ограничена. Задачата на компанията по отношение на тази група е да предложи такива насърчения, че да се поддържа текущото им ниво на разходи. В отделни случаи е възможно загубата на клиент от този сегмент да донесе на фирмата относително по-голяма изгода, отколкото усиленото и непродуктивно изразходване на пари за маркетингови програми. По-удачно би било фирмата да намали разходите си за продажба на този сегмент. Потребителите от тази група могат да бъдат прехвърлени към по-евтини дистрибуционни канали – например интернет. Друга възможност за фирмата е да се опита да получи печалба от всяка продажба, която прави на този сегмент, чрез ограничаване или дори чрез спиране на всички разходи за инициативи, целящи изграждане на взаимоотношения с потребителите.

Сегмент 4 се състои от потребители с ниска дългосрочна стойност и висока неизползвана сума за категорията. Тези клиенти предоставят значителна възможност за увеличаване на дългосрочната стойност посредством продажба на допълнителни продукти. Компаниите

трябва да насочват маркетинговите си инициативи към стимулиране на покупката на повече продукти от фирмата или изразходване на повече средства за съществуващите продукти. Например магазинът за облекло Пийк и Клопенбърг в София подхожда избирателно към своите потребители и им изпраща талони за отстъпка, които предоставят намаление до 50 лв. при покупки на стойност над 200 лв. Подобни инициативи целят продажба на допълнителни продукти и увеличаване обема на покупките. Ако потребителите от тази група не отговорят положително на усилията за генериране на допълнителни продажби, фирмата би трябвало да намали маркетинговите си разходи за тази група и да се фокусира върху получаване на печалба от всяка отделна продажба.

Заключение

Съвременните изследвания доказват значението на показателя дългосрочна стойност на клиента за маркетинга, в т.ч. за директния маркетинг. Този показател има редица предимства при избора и управлението на потребителите с цел увеличаване на печалбата на фирмата. Дългосрочната стойност на клиента е изходна точка за решенията в областта на управлението на взаимоотношенията с клиентите.

Разграничаването на маркетинговите инициативи на основата на потенциала за печалба на потребителя, към когото са насочени, изисква разпределяне на по-голям маркетингов бюджет към потребители с по-висока дългосрочна стойност за сметка на тези с по-ниска дългосрочна стойност. Емпиричните проучвания показват, че този подход увеличава печалбата на фирмата.

Що се отнася до възможността за бъдещи изследвания, въпросът, който заслужава допълнително проучване, е може ли описаният подход да се отрази отрицателно върху определен кръг потребители, а така и върху компанията. Например, съгласно изложената по-горе концепция фирмата трябва да осигури по-силно удовлетворение за потенциалните потребители с по-висока дългосрочна стойност. Възможно ли е, обаче, подобна дискриминация да предизвика враждебно отношение у потенциалните потребители с по-ниска дългосрочна стойност? Какво би се случило ако, потребителите с ниска дългосрочна стойност започнат да разпространяват от уста на уста отрицателна информация за фирмата и по този начин ѝ попречат да привлече техни приятели, роднини и т.н., които биха могли да бъдат потребители с висока дългосрочна стойност? Това са все въпроси, които се нуждаят от допълнително изследване.

Литература

1. Berger, Paul D. and Nada I. Nasr (1998), "Customer Lifetime Value: Marketing Models and Applications", Journal of Interactive Marketing, 12 (1), 17-30.

2. Berry, L.L. (1983), "Relationship Marketing", In (Eds.) Berry L.L., Shostack, G.L. and Upah, G.D., "Emerging Perspectives on Services Marketing", Chicago, American Marketing Association, pp.25-28.

3. Blattberg, Robert, Edward Malthouse and Scot Neslin (2009), "Customer Lifetime Value: Empirical Generalizations and Some Conceptual Questions", Journal of Interactive Marketing, 23 (2), 157-168.

4. Harker, Michael J. and J. Egan (2006), "The Past, Present and Future of Relationship

Marketing", Journal of Marketing Management, Vol. 22, 215-242.

5. Jain, Dipak and Siddhartha S. Singh (2002), "Customer Lifetime Value Research in Marketing: A Review and Future Directions", Journal of Interactive Marketing, 16 (2), 34-46.

6. Kumar, V. and Denish Shah (2004), "Building and Sustaining Profitable Customer Loyalty for the 21st Century", Journal of Retailing, 80 (4), 317-29.

7. Reinartz, Werner and V. Kumar (2002), "The Mismanagement of Customer Loyalty", Harvard Business Review, 80 (7), 86-94.

8. Reinartz, Werner and V. Kumar (2003), "The Impact of Customer Relationship Characteristics on Profitable Lifetime Duration", Journal of Marketing, 67 (1), 77-99.

9. Rust, Roland T., Katherine N. Lemon, and Valarie A. Zeithaml (2004), "Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy", Journal of Marketing, 68 (1), 109-27.

10. Zeithaml, Valarie A., Ruth N. Bolton, John Deighton, Timothy L. Keiningham, Katherine N. Lemon, and J. Andrew Petersen (2006), "Forward Looking Focus: Can Firms have Adaptive Foresight?", Journal of Service Research, 9 (2), 168-83.

11. Zhang, Jason, Ashutosh Dixit, and Roberto Friedmann (2010), "Customer Loyalty and Lifetime Value: An Empirical Investigation of Consumer Packaged Goods", Journal of Marketing Theory and Practice, 18 (2), 127-139.

12. Continental Airlines, www.continental.com (10.08.2011)

Сегментирането на пазара на база ценност – необходимо условие за успешно ценообразуване

Татяна Нецева-Порчева

Резюме: Предпоставка за успешно ценообразуване на база ценност е сегментирането на пазара според критерия възприемана ценност на продукта от клиента. Сегментирането на пазара на база ценност позволява на фирмата да се фокусира върху онези характеристики на продукта, които са от изключително значение за потребителите от съответния сегмент и да ги убеди да заплатят по-висока цена за тях. Разбирайки как ценността на продукта за клиента варира по сегменти, фирмите могат да разработват различни ценови стратегии за всеки избран сегмент и генерират по-високи приходи.

Ключови думи: сегментиране на пазара, критерии за сегментиране, алгоритъм за сегментиране на пазара на база ценност за потребителя.

JEL: M31, M39.

С настоящата статия се цели да се докаже, че сегментирането на пазара на база ценност за клиента може да се използва от фирмите с цел печелившо ценообразуване. Във връзка с това в разработката се разкрива същността и значението на ценообразуването по сегменти, илюстрира се как ценообразуването по сегменти влияе върху приходите на фирмата, обосновава се важността на ценността на продукта за потребителя като критерий за сегментиране на пазара за целите на ценообразуването, представя се алгоритъм за сегментиране на пазара на база ценност и се разглеждат основните форми на ценообразуване по сегменти.

Концепцията за сегментиране на пазара е основна в маркетинга. Същността ѝ се изразява в разделяне на хетерогенния пазар на относително хомогенни групи потребители (пазарни сегменти), които са със сходни потребности, реагират по подобен начин на маркетинговите оферти, стимули и програми и са достатъчно на брой, за да бъдат стратегически значими за фирмата. Изборът на подходящи критерии за сегментиране, обективното определяне и вярната характеристика на пазарните сегменти прави вземането на маркетинговите, в т.ч. и на ценовите, решения по-ефективно.

Татяна Нецева-Порчева е доктор, главен асистент в катедра "Маркетинг и стратегическо планиране" на УНСС, e-mail: tnetseva@gmail.com

I. Същност и значение на ценообразуването по сегменти

Ценообразуване по сегменти означава фирмата да определя две или повече продажни цени за един продукт или услуга за различни пазарни сегменти, когато различието в цената не се основава на различия в разходите *(Kotler&Armstrong, 2012)*. Като правило продуктът, предлаган на различни цени, е един и същ, но може да са налице незначителни различия (например различна обложка на дадена книга, различно разположение на местата в театъра, разлика на местата в самолета или влака и др.). При това производствените разходи или са еднакви, или леко се различават, но степента на различие не е толкова голяма, колкото е различието в цената.

В микроикономическата теория ценообразуването по сегменти е известно под наименованието ценова дискриминация. В практиката ценовата дискриминация се прилага по-лесно от фирма монополист, защото тя контролира изцяло предлагането на даден продукт. Наред с това такава ценова политика практикуват много други фирми, които определят различни цени за своите купувачи в зависимост от обема на купувания продукт, от местоположението и др. *(Ракарова, 1996)*

Ценовата дискриминация е обяснена за първи път от *Pigou (1920)*. За нейното прилагане е необходимо да са налице няколко задължителни условия. Първо, пазарът да е разделен на субпазари, с различна ценова еластичност. Второ, разделянето на пазарите трябва да е ефективно, така че да не е възможно осъществяването на препродажба от пазара с по-ниска цена на пазара с по-висока цена. Това условие се изпълнява за продуктите, които се потребяват от купувачи в момента на покупката и съответно не е възможно да бъдат препродадени. По тази причина политиката на ценова дискриминация може лесно да бъде приложена за продукти като електроенергия, газ, вода и услуги – медицински, транспортни, културни и др.

В конкурентното право[1] ценовата дискриминация се забранява, когато се използва от предприятия с монополно или господстващо положение, както и на две или повече предприятия със съвместно господстващо положение, което може да предотврати, ограничи или наруши конкуренцията и да засегне интересите на потребителите[2]. У нас се приема, че едно предприятие е с господстващо положение, ако има по-голям дял от 35 на сто от съответния пазар.

В маркетинговата практика ценообразуването по сегменти може да се използва от фирмите, в случай че не ограничава конкуренцията на съответния пазар. Мотивацията за прилагане на подобна ценова политика е повишаването на общия приход, а оттук и вероятността да се повиши печалбата на фирмата.

[1] Комплекс от правни, норми които уреждат обществените отношения, свързани със запазването, защитата и развитието на свободната стопанска инициатива и ефективната конкуренция в стопанската дейност

[2] За повече информация виж Закон за защита на конкуренцията, обн. ДВ. бр. 102 от 28 ноември 2008 г., изм. ДВ. бр. 42 от 5 юни 2009 г., изм. ДВ. бр. 54 от 16 юли 2010 г., изм. ДВ. бр. 97 от 10 декември 2010 г., изм. ДВ. бр. 73 от 20 септември 2011 г., чл. 21, т. 3.

В настоящата статия ценообразуването по сегменти се разглежда от маркетингова гледна точка.

За да изясним как ценообразуването по сегменти влияе върху приходите на фирмата, ще разгледаме конкретен пример.

В таблица 1 са представени данни за склонността на студентите и нестудентите да плащат за билет за кино.

Таблица 1: Максимална склонност за плащане на студенти и нестуденти

	Студенти	Нестуденти
Максимална цена (лв.)	5	10
Брой	200	300

Източник: Адаптирано по Sha, Oz, How to price – A Guide to Pricing Techniques and Yield Management, Cambridge University Press, 2008, p. 6.

Да допуснем, че всички потребители ще купят по един билет за конкретна прожекция. Както е показано в таблица 1, студентите не биха платили повече от 5 лв. за билет, а останалите повече от 10 лв.

Първи вариант: Определя се една цена за всички потребители

В случай че се определи една цена от 10 лв. за всички потребители, тогава прожекцията ще бъде посетена само от нестуденти. Алтернативно, ако се определи една цена за всички потребители от 5 лв. – билет биха си закупили и студенти и нестуденти. Игнорирайки разходите, при определянето на по-високата цена киносалонът би генерирал приходи от 3000 лв. *(10 лв. * 300 = 3000 лв.)*, а при по-ниската цена – 2500 лв. (*5 лв. * (200 + 300) = 2 500 лв.)*. В този случай за киносалона ще е по-изгодно да продава билети за прожекцията само на нестуденти.

Втори вариант: Определят се различни цени за студенти и нестуденти

Ако ръководството на киносалона обяви отстъпка от 5 лв. на билет за студенти, при предоставяне на валидна студентска книжка, тогава билети биха си купили и студенти и нестуденти и общият приход ще е 4000 лв. *(10 лв. * 300 + 5 лв. * 200 = 4000 лв.)*, което е повече от максималния приход (3000 лв.), който би се получил при цена от 10 лв. за билет за всички потребители.

От представения по-горе пример могат да се направят следните обобщения. Първо, определянето на една средна цена за всички потребители не максимизира приходите на фирмата *(Varian, 1989)*. В разглеждания пример това са цени между 5 лв. и 10 лв. за билет. Второ, определянето на повече от една цена увеличава приходите на фирмата само ако е налице критерий, на основата на който се доказва принадлежността към даден пазарен сегмент. Такъв критерий в конкретния пример е притежаването на студентска книжка, срещу която може да се закупи билет на по-ниска цена. В противен случай съществува възможност един студент да закупи повече от един билети на по-ниската цена от 5 лв. и след това да ги препродаде на нестуденти на цени между 5,01 лв. и 9,99 лв. Трето, намалените

то на цената за определен пазарен сегмент не означава реализиране на по-ниски приходи от фирмата. Продажбата на билети за студенти на по-ниска цена от 5 лв. увеличава броя на посетителите на представлението, без това да увеличава разходите, което води до нарастване на приходите на киносалона.

Макар и много опростен, представеният пример илюстрира необходимостта от сегментиране на пазара за целите на ценообразуването и показва, че ценообразуването по сегменти може да се използва за повишаване на приходите на фирмите.

За да бъде ефективно ценообразуването по сегменти, е необходимо да са налице определени условия:

1. Чувствителността на потребителите към цената да е различна в отделните пазарни сегменти.

2. Приходите, получени в резултат на определянето на различни цени на продукта за различните сегменти, да надвишават разходите за достигане до тези сегменти.

3. Възможност да се контролира предлагането на различни ценови равнища за отделните пазарни сегменти.

4. Ценообразуването по сегменти да не е в противоречие със законовите разпоредби.

Наред с посочените по-горе условия считаме, че за да бъде успешно ценообразуването по сегменти, е необходимо цената за различните сегменти да отразява реалните различия на възприеманата от потребителите ценност на продукта. За да обосновем мотивите си за такова твърдение, ще изясним необходимостта от сегментиране на пазара на база ценност за потребителя и различията между този и другите сегментационни критерии.

II. Ценността на продукта за потребителя – важен критерий за сегментиране на пазара за целите на ценообразуването

При сегментирането на пазара понякога се използват сегментационни критерии, които не винаги са подходящи за вземането на правилни ценови решения. Формират се групи от потребители, които не описват адекватно различията в мотивите за покупка или ги класифицират по начин, който е многозначителен за вземането на ценови реше-

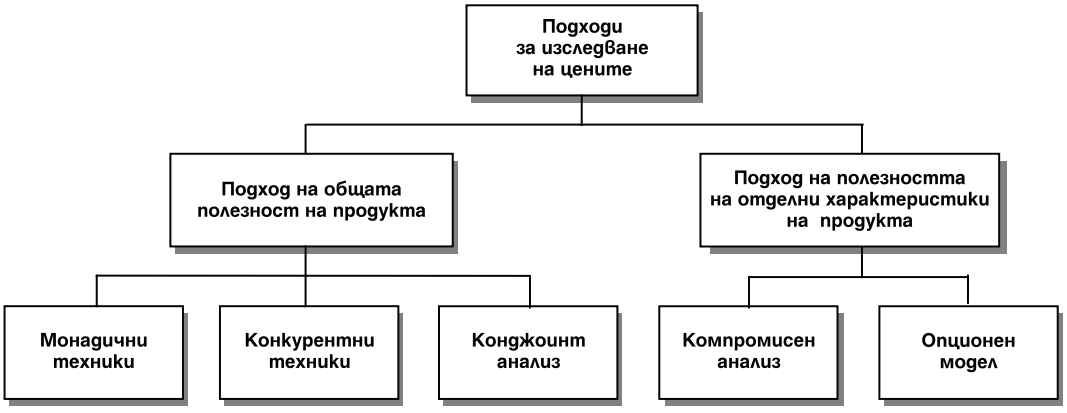
ния. Най-често използваните сегментационни критерии на B2C (Business-to-Consumer) пазарите[3] са демографски, географски, социално-икономически и психологически, а на B2B (Business-to-Business) пазарите[4] организационни критерии като размер на бизнес купувачите, отраслова принадлежност и др. Редица изследвания показват, че тези критерии имат предимно описателен, а не при-

[3] Пазари, съставени от индивидуални потребители, които купуват или използват продуктите за лична консумация или потребление в рамките на семейството.
[4] Пазари, съставени от организации потребители, които купуват продукти с цел препродажба, с цел влагане в по-нататъшно производство или за целите на нормалното функциониране на организацията.

чинно-следствен характер. Те не са пряко свързани с поведението на потребителите при покупка и цената. В резултат от използването им понякога се получава информация за мотивите за покупка, но те рядко подпомагат вземането на ценови решения, особено такива, свързани с определянето на различни цени, които да максимизират печалбата от различни сегменти.

Както се вижда от представения пример, определянето на една цена за целия пазар е заредено с рискове за пропуснати печалби – от една страна, поради по-ниската цена за някои подсегменти, от друга страна, поради по-високата цена за други подсегменти, което пренасочва търсенето към конкурентите.

В търсене на решение за преодоляване на този проблем *Haley (1968)* въвежда в маркетинговата литература концепцията за сегментиране на пазара по ползи, която е приложима както за потребителските пазари, така и за бизнес пазарите. В основата на тази концепция е разбирането, че индивидите се различават по своите оценки за възможността отделните атрибути на продукта да им предоставят желаните ползи. Основното предимство на сегментирането на база ползи е причинно-следствената връзка между търсените ползи и поведението при покупка. *Wind (1978)* разглежда очакваните ползи като предпочитана база за общо разбиране на пазара и за вземане на решения, свързани с позиционирането, рекламата, дистрибуцията и ценообразуването. Привържениците на този критерий за сегментиране твърдят, че ползите, които хората търсят, са основната причина за покупка и следователно те са подходяща основа за сегментиране на пазара *(Assael, 1995)*. *Kotler (1994)* дори отива по-далеч като нарича сегментирането на база ползи за клиента "мощната форма" на сегментиране. Днес този критерий за сегментиране има все по-голяма популярност в академичните издания и бизнес средите. Основното предимство на сегментирането на база ползи, както беше посочено по-горе, е причинно-следствената връзка между търсените ползи и поведението при покупка, в т.ч. и цената, която потребителите са склонни да платят за продукта. Два са основните подхода за изследване на цените – подход на общата полезност на продукта и подход на полезността на отделните характеристики на продукта. Всеки подход включва различни изследователски техники (фигура 1).



Фигура 1. Подходи за изследване на цените

Източник: Адаптирано по Желев, С., Маркетингови изследвания за маркетингови решения, Тракия-М, София, 2000, стр. 240.

Важно е да отбележим, че потребителите могат да търсят определена полза, фирменият продукт може да им я предоставя, но ако те не са осъзнали това, не биха заплатили по-висока цена за него. Във връзка с това считаме, че не полезността на продукта и търсените ползи, а възприеманата ценност на продукта от клиента е по-подходящата сегментационна променлива за целите на ценообразуването.

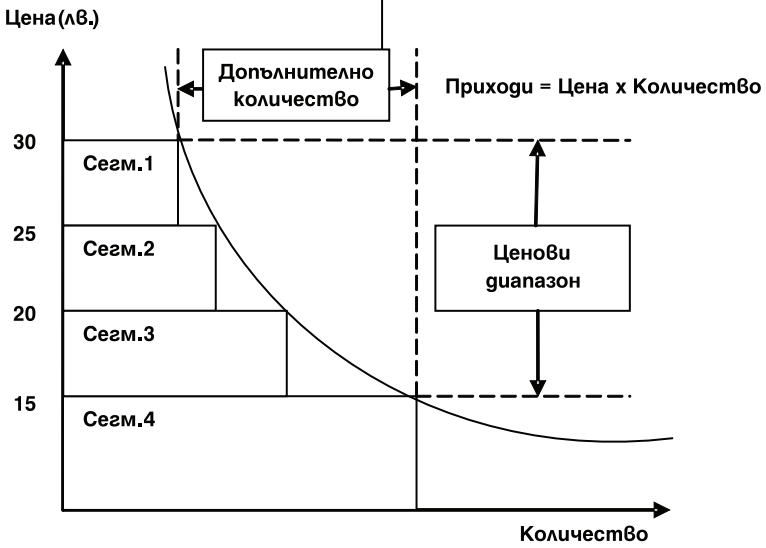
Dolan&Simon (1996) разглеждат възприеманата ценност като максималната цена, която клиентът е склонен да плати за продукта. Възприеманата ценност е тази, която клиентът смята, че продуктът му осигурява, т.е. само осъзнатите от клиента ползи[5]. Във връзка с това, по-натам в изложението под сегментиране на пазара на база ценност ще имаме предвид възприеманата ценност на продукта от клиента.

Фигура 2 илюстрира ситуация, при която пазарът е обективно разделен на четири сегмента. Сегмент 1 включва потребители, за които продуктът има най-висока ценност, а сегмент 4 – потребители, за които продуктът има най-ниска ценност. За всеки един от четирите сегмента фирмата определя различни цени, така че като цяло да реализира възможно най-високи приходи.

За да е ефективно ценообразуването по сегменти, е необходимо да се отчитат всички фактори, влияещи върху възприеманата от потребителите ценност на продукта.

Значителните различия между сегментирането на пазара на база ценност и другите сегментационни критерии са от съществено значение за ценообразуването, защото:

- ✓ Повечето сегментационни критерии са в слаба корелация с различните мотиви на купувачите да заплатят по-висока или по-ниска цена.
- ✓ Сегментирането на пазара на база на потребностите на потребителите дава приоритетно информация само за тези различия, които са важни за тях, но липсва информация за това как посрещането на тези потребности ще се отрази на приходите и печалбата на



Фигура 2. Ценообразуване по сегменти
Източник: Адаптирано по Ruskin-Brown, I., Practical Pricing for Results, Thorogood Publishing Ltd, 2008, p. 115.

[5] Компонентите на възприеманата ценност, факторите, влияещи върху нея и подходите за нейното определяне са разгледани в Нецева-Порчева, Т. Ценообразуване на база ценност – в търсене на печеливши ценови решения, ИК–УНСС, София, 2012 г.

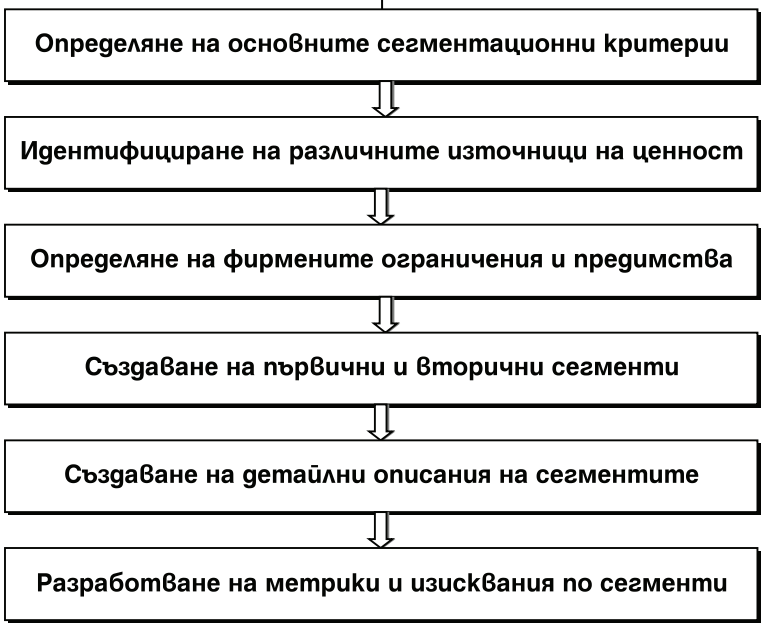
фирмата. Сегментирането на пазара на база ценност позволява на фирмата да определи по-високи цени за някои пазарни сегменти и по този начин да реализира по-високи приходи и печалба от тях.

- ✓ За сегментирането на пазара на база ценност е необходимо провеждането на дълбочинни интервюта с потребителите, от които да се разбере защо те намират определени характеристики на продукта привлекателни или биха ги намерили за привлекателни, ако са информирани за тях. Такива познания дават възможности за разработване на нови продукти и услуги и могат да разкрият недостатъците на стратегии, основани върху предходни маркетингови проучвания.

Във връзка с гореизложеното считаме, че *за целите на ценообразуването като критерии за сегментиране на пазара е най-уместно да се използва възприеманата ценност на продукта за клиента в комбинация с други сегментационни критерии.* Само така маркетинговият специалист ще е сигурен, че купувачите от различните сегменти заплащат най-печелившата за фирмата цена, която може да се определи за даден продукт.

III. Алгоритъм за сегментиране на пазара на база ценност за потребителя

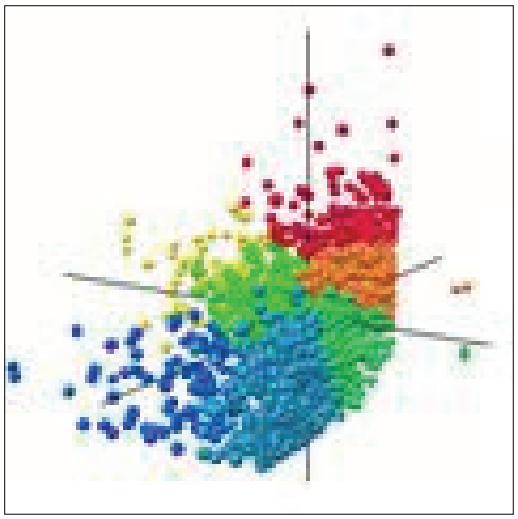
Сегментирането на база ценност може да се представи като шест степенен алгоритъм (фигура 3).



Фигура 3. Сегментиране на пазара на база ценност за потребителя
Източник: Адаптирано по Nagle, T., J. Hoganand J. Zale, The Strategyand Tactics of Pricing – A Guide to Growing More Profitable, 5 ed., Pearson, New Jersey, 2011, p. 38-46.

3.1. Определяне на основните сегментационни критерии

Както беше посочено, целта на всяко сегментиране е разделянето на пазара на групи потребители, които са със сходни потребности и реагират по подобен начин на маркетинговите оферти, стимули и про-



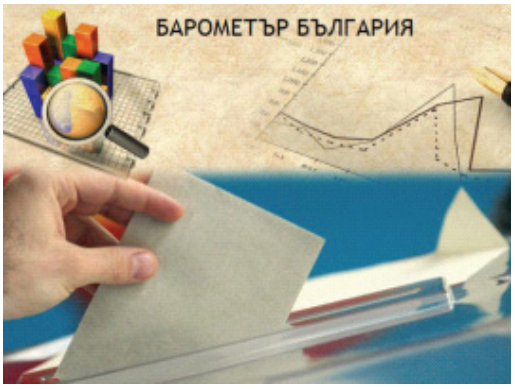
грами. Основните изисквания, свързани с избора на сегментационни критерии, са: да бъдат конкретни величини, постоянни за по-дълъг период, целесъобразни, измерими, значими, съществени и достъпни. *(Frank, Massy and Wind 1972, Loudon and Della Bitta 1984, Baker 1988, Kotler 1988.)*. Изборът на основни критерии за сегментиране се прави въз основа на задълбочен анализ на целия пазар.

Входящата информация за този анализ може да се получи от съществуващи вече проучвания на пазара, отраслови бази данни и други вторични източници на информация. Изходящата информация включва потребителски модели, описание на потребителите, предварителен набор от текущи потребителски потребности и временен списък на незадоволените потребителски потребности. На базата на тази изходна информация фирмата може да разработи първична сегментационна карта.

3.2. Идентифициране на различните източници на ценност

За целите на ценообразуването е важно да се идентифицират източниците на ценност на фирмения продукт, които го отличават от продуктите на основните конкуренти. Маркетинговите специалисти могат да изследват ценността на фирмения и конкурентните продукти като цяло или на отделните им характеристики, които са източници на ценност за клиентите.

Чрез дълбочинни интервюта може да се разбере как и защо потребителите избират между фирмения и конкурентните продукти. Допълнителна информация за възприеманата ценност на продукта от клиентите може да се получи от фирмените експерти, дистрибуторите и от персонала по продажбите. Изходната информация от тази стъпка включва изграждане на блокове за сегментиране на пазара на база ценност на продукта, включително списък с източниците на ценност, подредени според тяхната значимост за потребителите (подходящ инструмент е статистическият клъстерен анализ на количествени данни), обяснение на начина, по който всеки източник добавя ценност и дали потребителите във всеки сегмент оценяват тази ценност. Списъкът трябва също да включва ценността, която потребителите ще получат, ако фирменият продукт или услуга предлага удовлетворяване на незадоволени потребности.



3.3. Определяне на фирмените ограничения и предимства

На тази стъпка фирмата установява дали има предимства, спрямо основните си конкуренти. Кои източници на ценност може да достави по-ефективно от конкурентите и с по-ниски разходи от тях? Кои източници на ценност са ограничени от фирмените ресурси и дейности? Опитът на фирмата, вложените инвестиции, способностите на заетия персонал и цялостната стратегия на фирмата са сред основните фактори при избор на сегмент. Следва да се отчитат и конкурентните слабости и заплахи, от които фирмата трябва да се възползва.

С тези данни фирмата би могла да допълни и сравни списъка с удовлетворените и не удовлетворени потребности, предимствата си, ресурсните ограничения и конкурентните способности. Къде фирмата има значителни конкурентни предимства и надмощие над конкурентите си? Кои потребители може да обслужи по-добре от конкурентите си и кои са извън възможностите ѝ допускайки, че потребителите са добре информирани?

3.4. Създаване на първични и вторични сегменти

Този етап от алгоритъма комбинира това, което до тук фирмата е разбрала за възприеманата ценност на нейния продукт от клиентите като цяло и за значението за потребителите на отделните източници на ценност с фирмените разходи и ограничения, които прави за обслужването им.

Първичната сегментация се основава на най-важните критерии за диференциране на потребителите. Вторичната сегментация разделя първичните сегменти на субсегменти според вторите най-важни критерии, третата по ред сегментация разделя вторичните сегменти според третите най-важни критерии и т.н. Дълбочината на успешната сегментация не зависи от броя на определените сегменти, а от критичните източници на ценност. По-малките различия между субсегментите имат по-малко влияние върху ценовата политика на фирмата.

Първичните сегменти трябва да отчитат потребностите на потребителите и възможностите и ограниченията на фирмата за обслужването им. Първичното сегментиране е изключително важно, защото дава основните различия между потребителите. Вторичната или при необходимост последващите сегментации използват като сегментационни крите-

рии различните източници на ценност или възприеманата ценност на продукта като цяло.

Използването на възприеманата ценност на продукта за клиента като критерий за формирането на субсегменти е важно за целите на ценообразуването. Сегментирането на пазара според ценността, която фирменият продукт има за потребителите, позволява на фирмата да се фокусира върху онези характеристики на продукта, които са от изключително значение за потребителите от съответния сегмент и да ги убеди да заплатят по-висока цена за тях. Разбирайки как ценността за клиента варира в различните сегменти, фирмите могат да разработват стратегии за привеждане на цената в съответствие с възприеманата ценност на продукта за клиента и по този начин да увеличат печалбите.

3.5. Създаване на детайлни описания на сегментите

Въпреки, че сегментите са формирани въз основа на определени критерии, трябва да се направи детайлно описание на всеки един от тях, за да са наясно персоналът по продажбите и маркетинговите специалисти в областта на комуникациите какъв вид потребители формират всеки сегмент.

3.6. Разработване на метрики и изисквания по сегменти

На тази стъпка от алгоритъма е важно да се разработят метрики и въведат изисквания, които да насърчават потребителите да приемат ценовите политики за съответните сегменти.

Метриките (показатели, измерители, мерни единици) са основа за проследяване на ценността, която потребителите получават и как те плащат за това. Например при наемането на автомобил като мерни единици се използват разстоянието и времето, за ползване и потребителите съответно заплащат за пробег в километри и времето, за което е нает автомобилът. Все по-широко приложение има и практиката на предоставяне на отстъпки за наемане на автомобил за седмица или месец.

Изискванията са тези политики, правилници, програми и структури, които потребителите трябва да следват, за да могат да се възползват от ценови отстъпки и награди. Например, изисквания за: минимално количество, период на членство, закупуване на пакетна услуга

и др. Някои ограничения може да накарат потребителите да заплатят по-висока цена, независимо че разходите на фирмата доставчик не се променят.

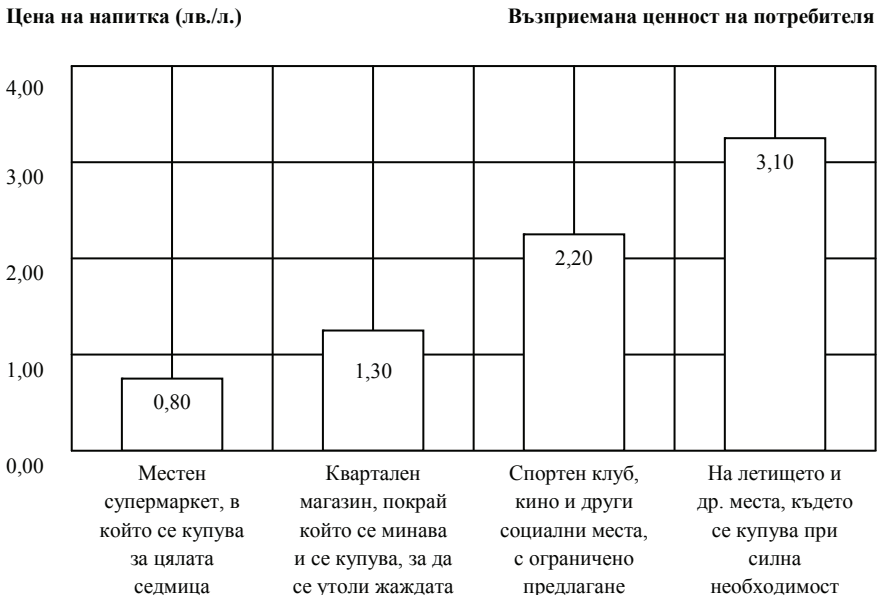
В туристическата индустрия сегментът на бизнес туристите е по-малко чувствителен към цената, отколкото сегмента на туристите с цел отдих и почив-

ка. Поради това туристическите фирми предлагат сериозни отстъпки за сегмента на туристите с цел отдих при ранни записвания, по-продължителен престой и други резервационни техники. Късното резервиране при пътуващите по работа в голяма степен не им дава възможност да се възползват от тези отстъпки посредством налагането на едни или други ограничения при резервации.

Целта на въвеждането на изисквания и ограничения по сегменти е разширяване на пазара и увеличаване на потенциала за приходи от по-високите цени за тези пазарни сегменти, които са слабо чувствителни към промени в равнището на цените[6]. Това увеличение трябва да компенсира намаляването на приходите от по-ниските цени, разработени за онези сегменти, потребителите на които са чувствителни в ценово отношение.

IV. Форми на ценообразуване по сегменти

В зависимост от особеностите на всеки сегмент, фирмите могат да използват различни форми за ценообразуване, като акцентират върху избрани източници на ценност. Най-често използваните в практиката форми на ценообразуване са: според определена/и характеристика/и на потребителя; според формата на продукта; според мястото, на което се предлага продуктът; според времето на извършване на покупката, според конкретния случай и др. Формите на ценообразуване не са взаимно изключващи се, дори до колкото е възможно, те трябва се комбинират в една ценова стратегия.



Фигура 4. Различни цени според ценността на продукта в различни ситуации

Източник: Адаптирано по Ruskin-Brown, I., Practical Pricing for Results, Thorogood Publishing Ltd, 2008, p. 116.

Фигура 4 илюстрира определянето на различни цени за освежителна напитка според ценността, която тя има за потре-

[6] Въпросът за измерване на ценовата чувствителност е разгледан подробно от Желев, С., Маркетингови изследвания за маркетингови решения, Тракия-М, София, 2000, с. 255-260.

бителите в различно време и при различни обстоятелства. Както се вижда от фигурата, цената на продукта варира в широк диапазон от 0,80 лв./л. до 3,10 лв./л.

Големите западни издатели често продават първите издания на книгите на по-висока цена, а последващите – на по-ниска цена (смесена ценова стратегия). И в двата случая има потребители, които са склонни да заплатят по-висока цена за по-бърза доставка. Това налага фирмите да отчитат всички компоненти на възприеманата ценност на продукта за клиента, да сегментират пазара на база ценност на продукта за тях и да имат гъвкава ценова политика за всеки избран сегмент.

Заключение

В маркетингово ориентираните фирми, разбирането как ценността на продукта се различава по сегменти, позволява на фирмите по-пълно да посрещнат потребностите на потребителите, което прави техните оферти по-печеливши. Сегментирането на пазара според ценността, която фирменият продукт има за потребителите, позволява на фирмата да се фокусира върху онези характеристики на продукта, за които потребителите от съответния сегмент са склонни да платят.

По-важните резултати от настоящата разработка се свеждат до:

- обосновава се виждането, че сегментирането на пазара на база ценност на продукта за клиента може да се използва от фирмите с цел печеливше ценообразуване;
- възприеманата ценност на продукта за клиента се извежда като важен критерий за сегментиране на пазара за целите на ценообразуването;
- представя се алгоритъм за сегментиране на пазара на база възприемана ценност на продукта за клиента.

Литература

1. Желев, С., 2000. Маркетингови изследвания за маркетингови решения. София: Тракия-М.
2. Класова, С., 2011. Цените в системата на маркетинга (теория, методология, практика).София: Университетско издателство "Стопанство".
3. Нецева-Порчева, Т., 2012. Ценообразуване на база ценност – в търсене на печеливши ценови решения.София: Издателски комплекс – УНСС.
4. Ракарова, С., 1996. Микроикономикс, Второ равнище, София: Университетско издателство "Стопанство".
5. Dolan, R. And Simon,H., 1996.PowerPricing. New York: TheFreePress.
6. Haley, R., 1995. Benefit Segmentation: A Decision-Oriented Research Tool, Marketing Management, Vol. 4, № 1, pp. 59-62.
7. Kotler, P. And Armstrong, G., 2012. Principles of Marketing, 14 ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
8. Kotler, P. and Keller, K., 2012. Marketing Management, 14 ed. New Jersey: Prentice Hall.
9. Kotler, P., 1984. Marketing Management: Analysis, Planning, and Control, New Jersey: Prentice-Hall Publishing.
10. Lee, Chung-Miand McLean, D., 2006. Theidentification of Benefitneeds of Golfplayersinthe U.S.: Implications and Strategy Considerations for Sport Management Professionals, Sport Management International Journal, Vol. 2, Number 1 – 2, pp. 5-41.
11. Nagle, T., Hogan, J. And Zale, J., 2011. The Strategy and Tactics of Pricing – A Guide to Growing More Profitable, 5 ed. New Jersey: Pearson.
12. Ruskin-Brown, I., 2008. Practical Pricing for Results. Thorogood Publishing Ltd.
13. Shy, Oz, 2008. How to Price – A Guide to Pricing Techniques and Yield Management. Cambridge University Press.
14. TheAge of Price Segmentation Has Arrived, The Pricing Advisor, July 2010.
15. Wedel, M.and Kamakura, W., 2000. Market Segmentation, 2 ed., Kluwer Academic Publishers.
16. Weinstein, A., 1994. Market Segmentation. Chicago: Probus Publishing Company.

Относно размера на обезщетението за бременност и раждане

Райна Койчева*

Размерът на осигурителните плащания е един от най-важните индикатори за нивото на осъществяваната от държавата социална политика в областта на общественото осигуряване. Обезщетението за бременност и раждане е регламентирано в чл. 49, ал. 1 КСО. То е в размер на 90 на сто от загубеното трудово възнаграждение или друг осигурителен доход.

Този законодателен подход не би могъл да бъде одобрен. Обезщетението за бременност и раждане трябва да е равно на възнаграждението, което майката е получавала преди отпуска. По-ниското заплащане в сравнение с предишната заплата има негативно отражение върху правата на жените и не отчита ценността на майчинството.

Ключови думи: размер на обезщетението, обществено осигуряване, осигуряване за майчинство, жени, Кодекс за социално осигуряване (КСО).

JEL: K31.

Размерът на осигурителните плащания, наред с кръга на осигурените лица, е един от най-важните индикатори за нивото на осъществяваната от държавата социална политика в областта на общественото осигуряване. Още по-голямо е неговото значение, когато се касае за размера на обезщетението за бременност и раждане, тъй като той влияе върху двете държавни политики в тази област: едната – за насърчаване на раждаемостта, а другата – за насърчаване на предсрочното връщане на майките на работа.

Начинът, по който се определя обезщетението за бременност и раждане, е посочен в чл. 49, ал. 1 от КСО. Размерът му зависи от два величини. Едната е базата, от която се изчислява това обезщетение, а другата е процентната ставка, която се прилага към тази база. Относно втората величина – процентната ставка, въпросите са по-малко. Тя е 90 на сто от загубеното трудово възнаграждение или друг осигурителен доход. Това е най-високият размер на осигурително обезщетение по краткосрочното осигуряване у нас и е равен на обезщетението при временна неработоспособност поради трудова злополука или професионална болест. Той надвишава минималните стандарти в конвенциите на МОТ[1], както и размерите на това обезщетение в някои от европейските държави[2].

* Райна Койчева е доктор по право, главен асистент в катедра "Частноправни науки" в Юридическия факултет на УНСС, e-mail: rayna_koycheva@mail.bg

[1] Конвенция № 3 от 1919 г. не определя размера на обезщетението, а само постановява, че той трябва да бъде достатъчен за издръжката на майката и детето ѝ при добри хигиенни условия. Според Конвенция № 103 от 1952 г. размерът на обезщетението не трябва да бъде по-малък от 2/3 от трудовото възнаграждение на майката (чл. 4, ал. 6). Същият размер е възприет и в най-новата Конвенция № 183 от 2000 г. (чл. 6, ал. 3).

[2] Така например в Белгия обезщетението за бременност и раждане е в размер на 82 % от заплатата за първите 30 дни и 75 % за останалия срок, в Италия и Швейцария то е в размер на 80 % от заплатата (MISSOC, Social protection in the member states of the European Union, of the European Economic Area and in Switzerland. Comparative tables, Situation on 01.07.2011, European Commission, 2011).

В същото време той бележи отстъпление от възприетия размер на обезщетението за бременност и раждане в нашето законодателство в продължение на повече от половин век[3], както и от размера на това обезщетение в много европейски и други държави[4].

Относно другата величина – базата, от която се изчислява обезщетението, възникват повече въпроси. Следва да се отбележи на първо място, че съгласно чл. 49, ал. 1 от КСО се взема предвид среднодневното брутно трудово възнаграждение или среднодневният осигурителен доход за периода от 24 календарни месеца, предхождащи месеца на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане. Под месец на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане трябва да разбираме месеца, през който е започнало ползването на отпуска за бременност и раждане. За работещите по трудово правоотношение, по служебно правоотношение или по други приравнени на трудовото правоотношения се взема доходът, върху който са внесени или дължими осигурителни вноски, понеже невнасянето на осигурителни вноски от осигурителя не ги лишава от право на обезщетение. За самоосигуряващите се лица е необходимо реално да са внесени осигурителни вноски за общо заболяване и майчинство. Това е така, понеже осигурителните вноски са изцяло за тяхна сметка и само от тях зависи внасянето им. Макар да не е казано изрично в чл. 49, ал. 1 от КСО, същото би трябвало да важи и за морските лица, понеже и те се осигуряват изцяло за своя сметка (чл. 4а, ал. 1 от КСО).

В случаите, когато липсва осигуряване за част от периода от 24 месеца преди датата на започване ползването на отпуска за бременност и раждане, чл. 49 от КСО препраща към чл. 41 от КСО. Това означава, че когато осигурената е работила помалко от 24 месеца до деня на започване ползването на отпуска за бременност и раждане или е ползвала неплатен отпуск или отпуск за гледане на малко дете, за периодите, през които не е била осигурена, ще се вземе предвид минималната работна заплата.

Периодът, от който се изчислява обезщетението за бременност и раждане, подобно на периода, от който се изчислява обезщетението за трудоустрояване, беше увеличен два пъти за последните две години. До края на 2010 г. за база се вземаше брутното трудово възнаграждение за **12-те календарни месеца**, предхождащи месеца на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане. От 01.01.2011 г. релевантно беше брутното трудово възнаграждение за **18-те календарни месеца,** а от 01.01.2012 г. вече се взема брутното трудово възнаграждение за **24-те календарни месеца** преди месеца на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане. Това непрекъснато увеличаване на периода, от който се изчислява обезщетението, се аргументира с избягване на злоупотребите, при които жени с много малък осигурителен стаж постъпват на работа в края на бременността, за да могат да ползват осигурително обезщетение за бременност и раждане. По този начин разходите, които

[3] Още с Конституцията от 1947 г. е въведено стопроцентовото обезщетяване на загубения трудов доход за времето на отпуска за бременност и раждане. Това положение е закрепено впоследствие в Закона за общественото осигуряване от 1949 г., а по-късно и в Кодекса на труда от 1951 г. и продължава да се прилага до края на 1999 г., като е променено с влизането в сила на КЗОО (01.01.2000 г.), преименуван впоследствие на КСО.

[4] Така например в Австрия, Гърция, Испания, Холандия, Норвегия и др. той е 100 % от заплатата (MISSOC, Comparative tables, 2011). 100% от загубения доход е обезщетението за майчинство и в Русия (Мачульская, Е. Право социального обеспечения. Москва, 2010, с. 376), както и в Украйна (Сирота, М. Право социального обеспечения в Украине. Харьков, 2002, с. 269), в Полша и в някои други постсоциалистически държави (MISSOC, Comparative tables, 2011).

осигурителният фонд ще направи за тях, многократно ще надхвърлят внесените за тях осигурителни вноски. За да се избегне това т.нар. "източване" на фонд "Общо заболяване и майчинство", законодателят е решил да обвърже по-тясното осигурителните права с внесените осигурителни вноски. Въпреки това непрекъснато увеличаване на периода, от който се изчислява обезщетението, не би могло да бъде споделено, тъй като води до реално намаляване на размера на обезщетението за все повече майки. Първо, защото случаите, в които осигурената ще е работила по-малко време до деня на започване ползването на отпуска за бременност и раждане и за част от периода ще се взема минималната работна заплата, ще са повече. И второ, защото вероятността трудовото й възнаграждение да е било по-ниско преди 24 месеца е по-голяма, отколкото преди 12 месеца. Смятам, че периодът, от които се изчислява обезщетението, трябва да съвпада с периода на изискуемия се стаж за възникване на правото на обезщетение, който понастоящем е 12 месеца и е напълно достатъчен за избягване на злоупотребите.

Когато в периода от 24 месеца преди месеца на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане се включват периоди, през които осигурената е получавала обезщетение от общественото осигуряване (платен отпуск за временна неработоспособност или за бременност и раждане) се взема предвид доходът, от който е изчислено обезщетението (чл. 41, ал. 3 от КСО). Това правило е в интерес на осигурената жена, тъй като върху осигурителните обезщетения не се дължат осигурителни вноски и за периода на изплащането им тя няма осигурителен доход. Следователно без изричната разпоредба на чл. 41, ал. 3 за тези периоди като база за изчисляване на обезщетението би се вземала минималната работна заплата. Това би намалило размера на обезщетението. За да не се накърнят правата на осигурената, която не е получавала трудово възнаграждение за определен период от време поради обективни причини (платен отпуск за временна неработоспособност или за бременност и раждане), законът предвижда, че за тези периоди се взема предвид доходът, от който е изчислено обезщетението.

Обезщетението за бременност и раждане, за разлика от повечето обезщетения по краткосрочното осигуряване, има минимален размер[5]. То не може да бъде по-малко от минималната дневна работна заплата, установена за страната (чл. 49, ал. 1, изр. 2 от КСО). Това означава, че когато осигурената е получавала минималната работна заплата, обезщетението за бременност и раждане ще замести изцяло (100 %) загубения трудов доход. Когато лицето е осигурено на повече от едно основание, общият размер на дневното парично обезщетение не може да бъде по-малък от минималната дневна работна заплата, установена за страната (чл. 49, ал. 3 от КСО). Това е израз на засилената закрила на държавата и обществото спрямо майките и децата и трябва да се оцени положително.

Максималният размер на обезщетението за бременност и раждане също е ограничен, подобно на обезщетението за временна неработоспособност поради общо заболяване, до среднодневното нетно възнаграждение на осигуреното лице. Понятието "нетно възнаграждение" е определено легално в § 1, ал. 1, т. 2 от ДР на КСО. Под "нетно възнаграждение" се разбира възнаграждението, получено след намаляването му със задължителните осигурителни вноски за сметка на лицето и с данъците

[5] От останалите обезщетения единствено обезщетението за безработица има минимален размер, но той е значително по-нисък (7,20 лв. на ден съгласно чл. 10 от ЗБДОО за 2012 г.).

по Закона за данъците върху доходите на физическите лица. Когато възнаграждението не е начислено, до начисляването му при определяне на паричните обезщетения за нетно възнаграждение се взема предвид минималният осигурителен доход по чл. 6, ал. 2, т. 3 или минималната месечна работна заплата за страната, ако няма определен минимален осигурителен доход.

Ограничаването на обезщетението за бременност и раждане до среднодневното нетно възнаграждение на осигуреното лице не би могло да се подкрепи. При прилагането на това правило действителният размер на обезщетението никога не би могъл да достигне предвидените в закона 90 % от брутното трудово възнаграждение на осигуреното лице, тъй като данъците, заедно с личните осигурителни вноски винаги надвишават 10 %. Подобно ограничение може да е оправдано, когато се касае за обезщетение за временна неработоспособност поради общо заболяване, тъй като получаването на по-високо по размер обезщетение от нетното възнаграждение би дало основание на недобросъвестните лица да симулират заболяване. При осигурения социален риск "майчинство" обаче то няма място, тъй като той не може да се симулира. Ето защо предлагам de lege ferenda да отпадне ограничението на размера на обезщетението за бременност и раждане до среднодневното нетно възнаграждение на осигуреното лице.

Законът предвижда и друго ограничение на максималния размер на обезщетението за бременност и раждане. То е косвено – чрез ограничаване на размера на осигурителния доход, от който се изчислява обезщетението. Съгласно чл. 41, ал. 4 от КСО сумата, от която се изчисляват паричните обезщетения, не може да бъде по-голяма от максималния месечен размер на осигурителния доход, определен със Закона за бюджета на държавното обществено осигуряване за периода, от който се определят паричните обезщетения. Това ограничение е логично и заслужава подкрепа, тъй като са ограничени и осигурителните вноски за лицето, ползващо това обезщетение – те се дължат върху не повече от максималния месечен размер на осигурителния доход, определен със Закона за бюджета на държавното обществено осигуряване. Член 16, ал. 2 от Наредбата за изчисляване и изплащане на паричните обезщетения и помощи по Държавното обществено осигуряване (НИИПОПДОО) пояснява, че това ограничение се прилага включително в случаите, в които лицето е осигурено по повече от един договор или на повече от едно основание. Преценява се общият размер на всички осигурителни доходи. Максималният месечен размер на осигурителния доход се преценява за всеки месец от периода, от който се изчисляват паричните обезщетения поотделно (чл. 16, ал. 2 от НИИПОПДОО).

Когато майката придобие право на парично обезщетение за бременност и раждане през периода на изплащане на подобно обезщетение или на обезщетение за отглеждане на предходно дете, то обезщетението за бременност и раждане се определя в размера за предходното дете, ако това е по-благоприятно за лицето (чл. 49, ал. 2 от КСО). Тази разпоредба е с ясно изразен закрилен характер и заслужава одобрение, но реално тя е безсмислена в частта си относно придобиването на право на обезщетение за бременност и раждане през периода, през който се ползва обезщетение за бременност и раждане на предходно дете. При приложението на чл. 49, ал. 2 от КСО за база ще се вземе доходът, от който е определено обезщетението за бременност и раждане. Но и без нея, както беше посочено по-горе, съгласно чл. 41, ал. 3 от КСО за дните, включени в периода от 24 календарни месеца, предхождащи месеца на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане, през които лицето е получавало обезще-

тение за бременност и раждане, за база се взема предвид доходът, от който е определено това обезщетение. Следователно и в двата случая резултатът е един и същ. Разпоредбата на чл. 49, ал. 2 от КСО би имала смисъл само когато правото на обезщетение за бременност и раждане се придобива през периода на ползване на обезщетение за отглеждане на малко дете. Това е така, понеже размерът на обезщетението за отглеждане на малко дете не се определя в процент от загубения трудов доход, а е фиксирана сума, определена в Закона за бюджета на ДОО за съответната календарна година. Поради тази причина нормата на чл. 41, ал. 3 от КСО тук е неприложима. Това означава, че за дните, включени в периода от 24 календарни месеца, предхождащи месеца на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане, през които лицето е получавало обезщетение за отглеждане на малко дете, за база ще се вземе минималната работна заплата за страната (чл. 41, ал. 2, т. 4 от КСО). Ето защо за майката ще бъде по-благоприятно обезщетението за бременност и раждане да се определи в размера за предходното дете, който размер е 90 % от нейния трудов доход.

В заключение може да се каже следното. Конституционната повеля за закрила на жената-майка (чл. 47, ал. 2 от КРБ) включва в себе си и адекватното обезщетяване на загубения поради бременност и раждане трудов доход. Не бих могла да споделя намаляването на това обезщетение от 2000 г. насам от 100 % на 90 %, както и възприетия от законодателя ни подход пред последните няколко години за все по-голямо увеличаване на периода, от който се изчислява обезщетението, което на практика води до намаляване на неговия размер. Смятам, че обезщетението за бременност и раждане трябва да е равно на възнаграждението, което майката би получавала, ако беше на работа. Аргументите ми са следните. Първо, това е необходимо с оглед насърчаване раждането на деца, което е решаващо за оцеляването на българската нация, а също и с оглед оказване на необходимото уважение и признание от обществото на майките за техния труд и усилия във връзка с раждането и отглеждането на деца. Второ, нищо не трябва да възпира жените в решението им да станат майки, в т.ч. и размерът на обезщетението. Трето, при раждането на дете майката не само се лишава временно от трудовия си доход, но идването на бебето поражда и допълнителни разходи – за дрехи, пелени и т.н. Затова някои автори смятат, че обезщетението за бременност и раждане трябва дори да надвишава загубената заплата на майката[6]. Четвърто, по-високият размер на осигурителното плащане би могъл да компенсира увеличаването на домакинския труд, предизвикано от раждането на дете (с възможността за наемане на домашна помощница например).

В подкрепа на тези аргументи бих могла да посоча и становището на Европейския икономически и социален комитет относно предложението за директива на Европейския парламент и на Съвета за изменение на Директива № 92/85/ЕИО на Съвета за въвеждане на мерки за насърчаване подобряването на безопасността и здравето по време на работа на бременни работнички и на работнички родилки или кърмачки. В него се казва следното: "Комитетът силно подкрепя това, заплащането по време на отпуска по майчинство да бъде равно на предишната заплата. Такава разпоредба е не само необходимост, но и начин да се признае стойността на майчинството. Съзнавайки факта, че в някои страни съществува таван за плащанията

[6] Янулов, И. Социално покровителство на майчинството у нас и в чужбина. – В: Годишник на Държавното висше училище за финансови и административни науки, София, Том III, 1943, с. 79.

по време отпуск по майчинство, съответстващ на този за плащанията при отпуск по болест, Комитетът би желал да подчертае, че по-ниско заплащане в сравнение с предишната заплата има значително негативно отражение и наказва жените заради биологическата им роля на майки и не взема предвид ценността на майчинството. По-ниското заплащане също така оказва влияние в дългосрочен план, а именно върху техните пенсионни права."[7] Тук заслужава отбелязване, че у нас негативното влияние на размера на обезщетението за бременност и раждане върху пенсионните права на жените е избегнато чрез разпоредбата на чл. 46, ал. 3, т. 2 от Наредбата за пенсиите и осигурителния стаж. Посочената разпоредба предвижда, че при определяне размера на пенсията за времето, през което лицето е получавало обезщетение за бременност и раждане, се взема предвид доходът, от който е изчислено обезщетението. Това законодателно разрешение заслужава подкрепа, тъй като е стъпка към изравняване на пенсионните права на жените с тези на мъжете, както и на пенсионните права на родителите с тези на хората без семейни ангажименти.

[7] Това становище е достъпно в Интернет на адрес: http://www.knsb-bg.org/pdf/454/Podobryawane-sulowiata-na-trud-na-bremenni&karma4ki.pdf

Концентрацията на пазара на допълнителното пенсионно осигуряване в България (2003-2011 г.)

Гл.ас. д-р Екатерина Тошева*

Резюме: Предмет на настоящето изследване е концентрацията на пазара на частни пенсионни услуги в България за периода 2003-2011 г. Чрез различни измерители е оценена концентрацията поотделно за пенсионноосигурителните дружества, универсалните, професионалните и доброволните пенсионни фондове. Оценката на тези измерители е извършена на база на брой членове, нетни активи и постъпления от осигурителни вноски. Направен е анализ на измененията в концентрацията, като са съпоставени резултатите, получени чрез различните измерители. Основният извод е, че е налице висока степен на концентрация при пенсионноосигурителните дружества и различните видове фондове. Съществува обаче тенденция към намаляване на концентрацията, за която има основание да се твърди, че ще се запази и в бъдеще.

Ключови думи: концентрация, измерители на концентрацията, пенсионни фондове, пенсионноосигурителни дружества, пенсионна реформа в България.

JEL: C10, D63, G23.

1. Проблемът за концентрацията на пазара на частни пенсионни услуги

Повече от едно десетилетие след въвеждането в България на Новия пенсионен модел, изграден върху т.нар. тристълбова пенсионна система, въпросът с пенсионната реформа е отново актуален. Проблемите в пенсионната система, и по-конкретно дефицитът в първия й стълб, изграден на разходно-покривен принцип, са причината да се поставят въпросите за увеличаване на възрастта и необходимите години трудов стаж за пенсиониране. Финансовата устойчивост на пенсионната система обаче е свързана не само със стабилността в краткосрочен и дългосрочен план на първия стълб. Вторият пенсионен стълб – допълнителното задължително пенсионно осигуряване от капиталов тип (ДЗПО) – също е необходимо да бъде финансово стабилен, за да осигури получаване на втора пенсия за старост за родените след 1959 г. (чрез универсалните пенсионни фондове) и за ранно пенсиониране за работещите първа и втора категория (чрез професионалните фондове). След около десет години се очаква масово да се пенсионират първите осигурени в универсални фондове

* Екатерина Тошева е доктор, главен асистент в катедра "Статистика и иконометрия" на УНСС, e-mail: ekaterina_tosheva@yahoo.com

лица. Размерът на пенсиите, които те ще получават от универсалните фондове, зависи както от личните им вноски, така и от успешното инвестиране от страна на фондовете на средствата в индивидуалните им партиди. Стабилността на третия стълб – доброволното пенсионно осигуряване от капиталов тип, също е важен елемент във функционирането на цялата пенсионната система.

Проблемът за печелившото, и най-вече сигурно инвестиране на средствата от пенсионните фондове, в глобален мащаб се изостри след финансовата криза през 2008 г., когато немалка част от пенсионните фондове по света претърпяха загуби заради недотам сигурни инвестиции. Успешното изпълнение на целта на втория и третия пенсионен стълб у нас, а именно допълнителна пенсионна защита при неблагоприятните демографски тенденции, налага да се извършва постоянен контрол от страна на държавата върху дейността на пенсионните фондове. Регулирането и контролирането на инвестициите е безспорно важен процес. Но надзорната функция на държавата върху втория и третия пенсионен стълб е свързана и с наблюдение на пазарното поведение на пенсионните фондове и пенсионноосигурителните дружества. Комисията за финансов надзор (КФН) събира и публикува данни за броя осигурени и нетните активи на пенсионните фондове и пенсионноосигурителните дружества, за инвестиционните портфейли и балансовите активи на пенсионните фондове и др. Анализът на тези данни, включително и изследването на концентрацията на пенсионния пазар, е необходима част от регулирането на пазара на частни пенсионни услуги и основа за вземането на адекватни управленски решения.

Анализът на концентрацията на пазара на пенсионни услуги в рамките на допълнителното пенсионно осигуряване е предпоставка за успешното реализиране на контролната функция на държавата за гарантиране на средствата в частните пенсионни фондове. Чрез измерване на концентрацията най-общо се оценява в каква степен малък брой предприятия извършват основна част от дадена стопанска дейност. При допълнителното пенсионно осигуряване следва да се оценява концентрацията както общо за пенсионноосигурителните дружества, така и поотделно за универсалните, професионалните и доброволните пенсионни фондове. Концентрацията засяга няколко страни на допълнителното осигуряване – чрез нейните измерители може да се търси отговор на въпросите каква е величината на "съсредоточаване" на броя членове, на "съсредоточаване" на техните вноски и на "съсредоточаване" на активите в различните пенсионни фондове от даден вид. Също така е удачно да се оцени концентрацията на инвестираните от пенсионните фондове средства в различни инструменти.

При частните пенсионни фондове у нас не може да се говори за монополно[1] и господстващо положение[2], но задачата за изследване на концентрацията е актуална. В случая с професионалните и универсални

[1] Според Закона за защита на конкуренцията (глава 4, чл. 16) "монополно е положението на предприятие, което по закон има изключително право да извършва определен вид стопанска дейност".

[2] Според чл. 17 "господстващо е положението на предприятие, което с оглед на своя пазарен дял, финансови ресурси, възможности за достъп до пазара, технологично равнище и стопански отношения с други предприятия може да попречи на конкуренцията на съответния пазар, тъй като е независимо от своите конкуренти, доставчици или купувачи" (ал. 1), както и се приема, че "едно предприятие има господстващо положение, ако има по-голям от 35 на сто дял от съответния пазар, освен ако не са налице изискванията по ал. 1".

пенсионни фондове правото на избор от страна на осигурените лица прави възможно даден фонд да има дял на пазара над посочените 35 %[3]. Но това не означава, че такъв фонд би имал господстващо положение, защото това не би било пречка за конкуренцията между фондовете. Тъй като "цената" на допълнителното задължително пенсионно осигуряване, т.е. размерът на осигурителната вноска за ДЗПО като процент от трудовото възнаграждение се определя законово и е еднаква за осигуряващите се във всички фондове, конкуренцията между тях е само на базата на постигнатите резултати – доходност и сигурност на направените инвестиции. В третия пенсионен стълб, при доброволните пенсионни фондове, решението за размера на вноската и изборът на фонд са изцяло на осигурените лица.

Наличието на един или два пенсионни фонда с водещи позиции на пазара и относителни дялове на членовете и активите, значително надвишаващи тези на останалите, само по себе си може да не създава проблеми. Но е нужно контролът от страна на държавата да бъде засилен. И тази необходимост е свързана с потенциалния риск да се злоупотребява с водещи пазарни позиции и да бъдат засегнати голям брой осигурени лица. Още повече, дори и да не е проблематична високата степен на концентрация във фазата на акумулиране на средствата, тя може да е причина за затруднения във фазата на плащането.

Въпросът за концентрацията и евентуалните изменения в нея следва да се постави и по повод законовите промени в начина на прехвърляне на средства на осигурени лица от един пенсионен фонд в друг (Наредба № 3 на КФН). Съществен нов момент тук е в реда за заплащане на таксата за прехвърляне и невъзможността тази такса да се удържа от индивидуалната партида на осигурения. Това предполага, че по-малка част от осигурените лица ще изявят и реализират желанието си за смяна на пенсионния фонд в сравнение с периода, през който имаше възможност тази такса да се заплаща автоматично за сметка на акумулираните в индивидуалната партида средства.

2. Измерители на концентрацията

При оценка на концентрацията общата идея е да се измери до каква степен са свързани ранжирането на единиците според значението на изучаван признак и относителната честота по значенията на този признак[4]. При измерване на концентрацията при пенсионните фондове изучаваните признаци могат да са брой членове, постъпления от осигурителни вноски и нетни активи. В литературата са познати различни измерители на концентрацията. Някои от широко използваните са:

- коефициент на концентрация (CRm):

$$CRm = \sum_{i=1}^{m} p_i \ , \qquad (1)$$

където:

p_i е относителният дял на значението на изследвания признак при i-тата единица от общата сума от значенията на този признак при всички единици,

m – броят на първите "най-големи" според значенията на изследвания признак единици.

Лесното му приложение и ясната интерпретация са предимство, но са очевидни и

[3] Този дял в случая е целесъобразно да се измерва с относителните дялове на броя на осигурените лица; на приходите от осигурителни вноски; на нетните активи на даден фонд.

[4] Кривата на Лоренц (кумулативната крива на концентрацията) е геометричен образ на тази концентрация.

недостатъците на този коефициент: субективният избор на първите *m* най-големи участници на пазара; фактът, че не се използва цялата налична информация – не са включени всички участници със съответните относителни дялове по интересуващия ни признак. А последното е важно изискване към измерителите на концентрацията (Hall, M., N. Tideman 1967).

- индекс на Херфиндал и Хиршман (HH).

$$HH = \sum_{i=1}^{n} p_i^2 , \qquad (2)$$

където:

n е броят на всички изследвани единици (p_i е дефинирано във формула 1)

Показателят се изчислява на база на всички единици (участници на пазара) и е нормиран от 0 до 1. Малките и големи участници се претеглят с тегла, съответстващи на техните пазарни дялове (Adelman, M.A.,1969). От претеглянето следва и основният му недостатък, че ако има много на брой и с малки дялове участници на пазара, индексът слабо се влияе от промени (Duller, C. 2005). Този недостатък обаче не пречи особено на приложението му за концентрацията на пенсионните фондове по брой участници и приходи от осигуровки, тъй като през изследвания период броят на пенсионните фондове не надвишава 10.

- експоненциален индекс (EXP):

$$EXP = \prod_{i=1}^{n} p_i^{p_i} \qquad (3)$$

Той също е нормиран от 0 до 1 и неговото основно предимство е възможността за дезагрегация – ако единиците са групирани, общият експоненциален индекс е сума от претеглената сума от индексите, измерващи концентрацията в групите и индексът, измерващ концентрацията между групите (Duller, C. 2005). Основен недостатък е тенденцията експоненциалният индекс да подценява концентрацията.

- индекс на Тидеман и Хал (TH, Hall, M., N.Tideman, 1967)[5]

$$TH = \frac{1}{2\sum_{i=1}^{n} i.p_i - 1} \qquad (4)$$

където:

i е поредният номер (ранг) на дадена единица, ако изследваните единици са подредени по низходящ ред по значенията на изучавания признак

Този индекс съдържа броя на участниците и на пазара и техния ранг, който служи за тегло и така по-малките участници получават по-големи тегла в сравнение с индекса на Херфиндал и Хиршман. И тук се проявява тенденция към подценяване на концентрацията.

В Комисията за финансов надзор, и по-конкретно в Управление "Осигурителен надзор", се използват оценки за степента на концентрацията на пазара на услуги по допълнителното пенсионно осигуряване. В Годишния отчет за дейността на Комисията (Годишен отчет за дейността 2010, КФН) са публикувани оценки на концентрацията на база на балансовите активи към края на съответната година за периода 2006-2010 г. При тези оценки степента на концентрация се оценява чрез коефициента на концентрация на базата на първите четири компании с най-големи балансови активи и чрез индекса на Херфиндал-Хиршман. Последният се оценява не на база относителните пазарни дяло-

[5] Среща се и като индекс на Розенблут (Duller, 2005).

ве (числа между 0 и 1), а на база пазарните дялове в проценти (числа между 1 и 100) и поради това се изменя в границите от 0 до 10 000[6]. Няма съмнение, че оценката на концентрацията на пазара на пенсионни услуги в Комисията за финансов надзор (регулираща втория и третия пенсионен стълб) чрез тези измерители е необходимо и подходящо. Съществуват няколко насоки за разширяване на анализа чрез оценка на тези показатели на базата различни оценки на пазарните дялове и чрез други показатели.

Изборът на начина за измерване на пазарните дялове може да се прецизира в няколко насоки. Използваните от Комисията за финансов надзор коефициент на концентрацията и индекс на Херфиндал-Хиршман (HH) са без съмнение удачно подбрани измерители на концентрацията на осигурителния пазар. Последният е особено подходящ за пазара на пенсионни фондове. Наличието само на осем пенсионни фонда не влияе отрицателно на неговата чувствителност към промени в концентрацията. Освен използваните в Комисията за финансов надзор измерители, възможност за разширяване на анализа на концентрацията е оценката на коефициента на концентрация само за фонда с най-голяма пазарен дял и обобщен за три фонда с най-големи пазарни дялове. Има се предвид обстоятелството, че пазарният дял на първите три най-големи фонда се оказва значителен и оценките на този коефициент на базата на първите четири фонда (както се прилага в КФН) най-вероятно няма да са така чувствителни към промени, както ако се използват помалко на брой фондове. Други възможности са използването и на експоненциалния индекс и индекса на Тидеман и Хал. Известно е, че различните измерители имат специфични познавателни и информативни възможности и се очаква, че могат да дадат и различни резултати. Едновременното им прилагане за анализа на концентрацията на пазара на пенсионни услуги ще спомогне за по-пълното разкриване на особеностите в състоянието му и промените за изследваните периоди от време.

Анализът на концентрацията на пазара може да се разшири, като се включат и оценки на пазарните дялове на база броя на осигурените лица и приходите от осигурителни вноски. По такъв начин анализът се детайлизира – освен с нетните активи общо се оперира и с онази част, която съдържа само постъпленията от осигурителни вноски (без реализираните от фондовете доходи и извършените плащания). Сравнението на оценките на концентрацията получени на базата както на нетните активи, така и на приходите от осигурителни вноски, дава възможност да се очертаят в най-общ план някои тенденции за това доколко сполучливо пенсионните фондове са инвестирали акумулираните средства. Също така е удачно дяловете на база активите и осигурените лица да се оценяват както към края на съответната година, така и средногодишно. Оценката на пазарните дялове по два различни начина – веднъж на базата на нетните активи и броя на осигурените към края на годината и втори път средно за годината, ще позволи по-добре да се открояят тенденциите за изследвания период.

Оценяването на измерителите на концентрацията на база средногодишния размер на нетните активи и осигурителните вноски изисква предварително осредняване

[6] При стойност под 1000 единици,пазарът се определя като силно конкурентен, между 1000 и 1800 единици – умерена конкурентна среда, а над 1800 единици – пазарът се характеризира със силна концентрация.

на месечните стойности за тези показатели. Тъй като и двата показателя – брой осигурени лица и размер на нетните активи, се отнасят за моменти съвкупности, следва за оценката на средногодишните стойности да се използва средна хронологична от моментни редове, когато периодите между моментите са еднакви[7].

3. Изследване на концентрацията на пенсионно осигурителните дружества

Пенсионноосигурителните дружества могат да бъдат притежатели на различни видове пенсионни фондове – универсални, професионални и доброволни. На българския пазар практиката е дружествата да притежават и трите вида фондове. В този смисъл показателите за концентрацията при пенсионноосигурителните дружества съдържат и показват едновременно концентрацията в трите вида фондове. Както беше посочено по-горе, концентрацията ще се оцени на база на пазарните дялове на дружествата, измерени въз основа на следните показатели – брой членове в края на годината и средногодишно, размер на нетните активи в края на годината и средно годишно и постъпления от осигурителни вноски. Последният показател е сумата на постъпленията от осигурителни вноски във всеки един от трите вида фондове. За първите четири години от изследвания период (от 2003 г. до 2006 г.) броят на дружествата е осем, за 2009 г. е десет, а за останалите години е девет. Поради липсата на съществени различия в броя на дружествата е възможно сравнението на измерителите на концентрацията, чиито оценки по един или друг начин се влияят от броя на включените участници.

Анализът на пазарните дялове на пенсионноосигурителните дружества показва, че по всички показатели делът на най-голямото дружество (CR1) и на най-големите три дружества (CR3) е значителен. ПОК "Доверие" през целия период е с лидерски позиции на пазара. В началото на периода (2003-2005 г.) компанията има над и около 40 % от броя членове и между 35 и 40 % от нетните активи и около 1/3 от постъпленията от осигурителни вноски. Интересен е фактът, че през първите три години от изследвания период – 2003 г. , 2004 г. и 2005 г., ПОК "Доверие" и ПОД "Алианц България" имат приблизително равни пазарни дялове, като през 2005 г. водещото дружество при постъпленията от вноски е ПОД "Алианц България". В края на периода делът на ПОК "Доверие" при осигурените и нетните активи значително намалява – с около 10 процентни пункта при броя членове и с около 7 пункта при активите. Въпреки това, пазарният дял на ПОК "Доверие" е значителен – 32 % от осигурените в системата на допълнителното пенсионно осигуряване, 33 % от нетните активи и 32 % от постъпленията от вноски през 2011 г. са в тази компания. В началото на периода първите три най-големи дружества – ПОК "Доверие", ПОД "Алианц България" и ПОК "Съгласие" имат внушителен пазарен дял по всички изследвани показатели – около 80 %. Този дял намалява и през 2011 г. достига до приблизително 2/3. По-голямо е намалението при броя членове и в края на периода трите най-големи дружества имат 66 % от членовете към 31.12. и 67 % от средногодишния брой членове. Делът според средногодишния размер на нетните активи намалява до 69 %, а според нетните активи към 31.12. до 68 %. По-ниските дялове в края на годи-

[7] Приема се, че месеците са периоди с еднаква продължителност.

Таблица 1

Показатели за измерване на концентрацията на пазара на пенсионни услуги, предлагани от пенсионноосигурителни дружества 2003 - 2011 г.

	Брой членове към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.27	0.25	0.24	0.23	0.22	0.21	0.20	0.20	0.19
EXP	0.21	0.19	0.18	0.18	0.17	0.16	0.16	0.16	0.16
TH	0.28	0.25	0.24	0.23	0.22	0.21	0.21	0.21	0.21
CR1	0.42	0.39	0.38	0.38	0.36	0.34	0.33	0.33	0.32
CR3	0.80	0.76	0.75	0.74	0.72	0.69	0.68	0.67	0.66
	Среден брой членове								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.27	0.26	0.24	0.23	0.23	0.21	0.20	0.20	0.20
EXP	0.21	0.20	0.19	0.18	0.18	0.17	0.16	0.17	0.16
TH	0.28	0.26	0.24	0.24	0.23	0.22	0.21	0.21	0.21
CR1	0.42	0.41	0.38	0.38	0.37	0.35	0.34	0.33	0.32
CR3	0.81	0.78	0.75	0.74	0.73	0.70	0.69	0.68	0.67
	Нетни активи към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.27	0.26	0.25	0.24	0.22	0.22	0.21	0.21	0.20
EXP	0.21	0.20	0.20	0.19	0.18	0.17	0.17	0.17	0.17
TH	0.27	0.26	0.25	0.24	0.23	0.23	0.22	0.22	0.21
CR1	0.39	0.36	0.35	0.33	0.32	0.33	0.34	0.33	0.33
CR3	0.80	0.78	0.77	0.76	0.73	0.72	0.71	0.70	0.68
	Среден размер на нетните активи								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.28	0.27	0.26	0.25	0.23	0.22	0.22	0.21	0.21
EXP	0.22	0.21	0.20	0.19	0.18	0.18	0.17	0.17	0.17
TH	0.28	0.27	0.26	0.25	0.24	0.23	0.22	0.22	0.22
CR1	0.40	0.37	0.35	0.34	0.32	0.32	0.34	0.33	0.33
CR3	0.81	0.79	0.78	0.77	0.74	0.73	0.71	0.70	0.69
	Постъпления от осигурителни вноски								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.25	0.24	0.24	0.22	0.21	0.21	0.20	0.20	0.20
EXP	0.20	0.19	0.19	0.18	0.17	0.16	0.16	0.18	0.18
TH	0.24	0.25	0.24	0.23	0.22	0.21	0.21	0.21	0.21
CR1	0.33	0.34	0.33	0.32	0.31	0.33	0.33	0.33	0.32
CR3	0.76	0.76	0.75	0.72	0.69	0.69	0.69	0.68	0.66

Източник: изчисления на автора върху данни от Комисията за финансов надзор. http://www.fsc.bg/Statistika-bg-158

ната в сравнение с оценката на база средногодишния размер и при броя членове и при нетните активи може да се приеме за индикатор, че тенденцията към намаляване на дяловете на най-големите дружества ще се запази и в бъдеще. По постъпления от вноски пазарният дял на тези три дружества също е около 2/3.

Анализът на оценения по години индекс на Херфиндал-Хиршман показва висока степен на концентрация. В началото на периода стойността му е около 0,27 за осигурени лица и нетни активи и 0,25 за постъпленията от вноски. Тенденцията е към намаление от една-две стотни годишно. За 2011 година индексът е около 0,20 по всички изследвани показатели, като и тук стойностите му са по-ниски за показателите към 31.12. в сравнение със същите показатели, оценени за средногодишните стойности. Стойността му за броя членове в края на 2011 г. е 0,19. Това показва, че сред пенсионноосигурителните компании за изследвания период тенденцията е средата от висококонкурентна да се променя на умереноконкурентна. Тази промяна може да се оцени като положителна, защото по-ниската концентрация евентуално ще намали рисковете за злоупотреба с водещи позиции и проблеми при изплащането на пенсиите в бъдеще. Анализът и на другите измерители на концентрацията – експоненциалният индекс и индексът на Тидемал и Хал, показват сходни резултати. Стойностите на експоненциалния индекс са по-ниски с около 5-6 стотни в сравнение със стойностите на индекса на Херфиндал-Хиршман. Причината за това са познавателните особености на различните индекси, изложени по-горе – експоненциалният индекс проявява тенденция за подценяване на степента на концентрация.

Високите нива на концентрация при пенсионноосигурителните дружества според Й. Христосков (2, 2010, с. 373) се дължат на пазарната стратегия на компаниите, които първи излязоха на пазара и натрупаха доверие. Други причини са добрите връзки на тези компании със синдикални и работодателски организации, както и начинът на служебно разпределяне на лицата, които не са подали лично заявление за осигуряване в даден фонд. Оценените показатели за пенсионноосигурителните дружества – коефициенти на концентрация (CR1 – за дружеството с най-голям дял, и CR3 – за първите три дружества с най-големи пазарни дялове), индекс на Херфинадал-Хиршман (HH), експоненциален индекс (EXP) и индекс на Тидеман и Хал (TH) са представени в таблица 1. Освен измерването и анализа на концентрацията при пенсионноосигурителните дружества общо, интерес представлява анализът на концентрацията при различните видове пенсионни фондове.

4. Изследване на концентрацията на пазара на универсални пенсионни фондове

Универсалните пенсионни фондове са основната част от втория пенсионен стълб в българската пенсионна система – допълнителното задължително пенсионно осигуряване. От 1.01.2002 г. за всички родени след 31.12.1959 г. част от осигурителните вноски за пенсия се плащат в избран от осигурените лица чрез договор универсален пенсионен фонд. В общия случай, тези вноски се плащат в определено законово съотношение (което е различно през годините) от работодателите и наетите лица. Средствата се акумулират в индивидуална партида, която се управлява от фонда.

Анализът на пазарните дялове на универсалните пенсионни фондове показва, че е налице висока степен на концентрация през изследвания период. Както и при пенсионните дружества, и тук има ясно изразен лидер на пазара. Това е УПФ "Доверие". Делът на този фонд е през 2003 г., оценен за брой членове, е 48 %, за нетни активи

Източник: изчисления на автора върху данни от Комисията за финансов надзор http://www.fsc.bg/Statistika-bg-158

– 44 %, а за постъпления от осигурителни вноски – 46 %. През целия изследван период УПФ "Доверие" запазва лидерските си позиции, но делът му значително намалява. Позначително е намалението при броя членове – през 2011 г. около 1/3 от осигурените в универсални фондове лица, нетните активи и приходите от вноски са в този пенсионен фонд. Следващите два фонда имат сравнително стабилни пазарни дялове. ЗУПФ "Алианц България" има дял сред осигурените около 20 % за целия изследван период, а при активите и приходите от вноски делът му е около 22 %. УПФ "Съгласие" има дял 12-13 % по всички показатели. През последните години от периода се забелязва тенденция освен трите фонда с водещи позиции, да достигат дял от близо 10 % и още три фонда – УПФ "ДСК-Родина", "Ай Ен Джи УПФ" и УПФ "ЦКБ – Сила".

Тази тенденция намира израз и в измерителите на концентрацията при универсалните фондове. В началото на периода индексът на Херфиндал-Хиршман е със стойности, по-високи дори от тези за пенсионноосигурителните дружества като цяло – 0,29 за осигурените лица и постъпленията от осигурителни вноски и 0,28 за нетните активи. Стойностите му намаляват и достигат до 0,19-0,21 за 2011 г. Интерес представлява фактът, че по-голямо е намалението при осигурените лица и приходите от осигурителни вноски (9-10 стотни) в сравнение с намалението при нетните активи (7 стотни). Въпреки това степента на концентрация остава висока (индексите са над 0,18). Причините за по-високата степен на концентрация при нетните активи може да се търсят в няколко насоки. Една тях би могла да е в успешното инвестиране на средствата от страна на по-големите фондове. Друга причина (2, 2010, с. 379) е по-умелата селективна и маркетингова политика на дружествата, които са по-отдавна на пазара на пенсионни услуги чрез универсални фондове. Анализът на експоненциалните индекси и индексите на Тидеман-Хал, оценени по години на базата на различните показатели, показват също тенденция към намаляване на концентрацията, особено при осигурените лица и постъпленията от осигурителни вноски. Оценените показатели за универсалните пенсионни фондове – коефициенти на концентрация (CR1 – за фонда с най-голям дял, и CR3 – за първите три фонда с най-големи пазарни дялове), индекс на Херфинадал-Хиршман (HH), експоненциален индекс (EXP) и индекс на Тидеман и Хал (TH), са представени в таблица 2.

Източник: изчисления на автора върху данни от Комисията за финансов надзор http://www.fsc.bg/Statistika-bg-158

Таблица 2

Показатели за измерване на концентрацията на пазара на пенсионни услуги, предлагани от универсални пенсионни фондове 2003 - 2011 г.

	Брой членове към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.29	0.25	0.24	0.23	0.22	0.21	0.20	0.20	0.19
EXP	0.22	0.19	0.18	0.18	0.17	0.16	0.16	0.16	0.16
TH	0.28	0.24	0.21	0.23	0.22	0.21	0.21	0.21	0.20
CR1	0.47	0.42	0.40	0.40	0.38	0.36	0.35	0.34	0.33
CR3	0.79	0.74	0.60	0.72	0.70	0.68	0.67	0.66	0.65
	Среден брой членове								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.29	0.27	0.24	0.23	0.23	0.21	0.20	0.20	0.20
EXP	0.22	0.20	0.18	0.18	0.17	0.17	0.16	0.17	0.17
TH	0.29	0.27	0.24	0.23	0.23	0.22	0.21	0.21	0.21
CR1	0.48	0.45	0.41	0.40	0.39	0.37	0.35	0.34	0.34
CR3	0.80	0.77	0.73	0.72	0.71	0.69	0.68	0.67	0.67
	Нетни активи към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.28	0.26	0.25	0.24	0.23	0.22	0.22	0.21	0.21
EXP	0.21	0.20	0.19	0.19	0.18	0.17	0.17	0.18	0.17
TH	0.28	0.26	0.25	0.24	0.23	0.23	0.22	0.22	0.22
CR1	0.44	0.43	0.41	0.40	0.38	0.38	0.37	0.36	0.35
CR3	0.79	0.77	0.76	0.74	0.72	0.71	0.70	0.69	0.68
	Среден размер на нетните активи								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.28	0.27	0.26	0.24	0.23	0.22	0.22	0.22	0.21
EXP	0.21	0.21	0.20	0.19	0.18	0.18	0.17	0.18	0.17
TH	0.28	0.27	0.26	0.25	0.24	0.23	0.22	0.22	0.22
CR1	0.44	0.43	0.42	0.40	0.39	0.38	0.37	0.36	0.36
CR3	0.79	0.78	0.76	0.75	0.73	0.72	0.70	0.69	0.68
	Постъпления от осигурителни вноски								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.29	0.26	0.24	0.23	0.23	0.21	0.21	0.21	0.20
EXP	0.22	0.20	0.19	0.18	0.18	0.17	0.16	0.17	0.17
TH	0.28	0.26	0.25	0.24	0.23	0.22	0.21	0.22	0.21
CR1	0.46	0.42	0.40	0.39	0.38	0.36	0.35	0.34	0.33
CR3	0.80	0.76	0.75	0.73	0.72	0.70	0.69	0.68	0.67

Източник: изчисления на автора върху данни от Комисията за финансов надзор http://www.fsc.bg/Statistika-bg-158

5. Изследване на концентрацията на пазара на професионални пенсионни фондове

Професионалните пенсионни фондове са също част от втория пенсионен стълб. Те работят от началото на 2000 г. и са създадени специално за покриване на разходите за ранно пенсиониране на работещите първа и втора категория труд. За разлика от вноските за универсалните фондове, вноските за професионалните са изцяло за сметка на работодателите. Професионалният фонд се избира лично от

осигуреното лице и средствата също се акумулират в индивидуални партиди.

Както и при универсалните фондове, и при професионалните има фондове с ясно изразени лидерски позиции и висока степен на концентрация на пазара. От началото до края на периода най-висок дял при всички показатели има ППФ "Доверие". През 2003 г. пазарният дял на този фонд е 42 % за осигурените лица, 43 % за нетните активи и 45 % за постъпленията от осигурителни вноски. Този дял намалява постепенно и в края на периода е 31-32 % за осигурените лица и 34-35 % за нетните активи. Забелязва се помалко намаляване на дела при нетните активи в сравнение с този при осигурени лица и постъпления от осигуровки. Това най-вероятно се дължи на добрата инвестиционна политика на този фонд. Следващи два фонда по размер на пазарния дял са ЗППФ "Алианц България" и ППФ "Съгласие". ЗППФ "Алианц България" в началото на периода има 22 % от осигурените и 26 % от нетните активи. Този дял намалява в края на периода с 6 пункта и при двата показателя. ППФ "Съгласие" през целия период има стабилен дял при нетните активи и постъпленията от вноски – 17-18 % . При осигурените лица делът намалява от 19 % през 2003 г. на 15 % през 2011 г. Като цяло за първите три фонда делът (CR3) за периода 2003-2011 г. намалява с около 20 пункта и през 2011 г. този показател за осигурените лица е 62-63 %, а за нетните активи – 68-69 %. По-ниските стойности в края на годината в сравнение със средногодишните показва, че вероятно тенденцията на намаление на пазарните дялове на големите фондове ще се запази и в бъдеще.

Индексът на Херфиндал-Хиршман, оценен за професионалните фондове в началото на периода има високи стойности за всички показатели и показва наличие на пазар със силна концентрация. За осигурените лица индексът е 0,27, за нетните активи и постъпленията от осигурителни вноски е още по-висок – 0,29-0,30. Тенденцията за намаление на концентрацията е ясно изразена и за всички показатели в края на периода стойностите му са с поне 9 пункта по-ниски. За 2011 г. стойностите за осигурените лица и постъпленията от вноски са 0,18, което говори, че пазарът на услуги, предлагани от професионалните фондове, може да се характеризира с преход от силна към умерена конкурентна среда и концентрация. Същественото намаление в индекса на Херфиндал-Хиршман, както и в другите измерители за нетните активи, показва, че и по размер на активите може да се очаква пазарът от висококонкурентен да стане с умерена конкуренция. По-високите нива на индексите за нетните активи в сравнение с тези на осигурените лица може да се дължат на привличане на голямата част от работниците в предприятия с високи брутни заплати, независимо от законово регламентирания индивидуален избор, в определени пенсионни фондове (2, 2010, с. 383). Оценените показатели за професионалните пенсионни фондове – коефициенти на концентрация (CR1 – за фонда с най-голям дял, и CR3 – за първите три фонда с най-големи пазарни дялове), индекс на Херфинадал-Хиршман (HH), експоненциален индекс (EXP) и индекс на Тидеман и Хал (TH), са представени в таблица 3.

Източник: изчисления на автора върху данни от Комисията за финансов надзор. http://www.fsc.bg/Statistika-bg-158

Таблица 3

Показатели за измерване на концентрацията на пазара на пенсионни услуги, предлагани от професионални пенсионни фондове 2003 - 2011 г.

	Брой членове към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.27	0.25	0.24	0.23	0.21	0.19	0.18	0.18	0.18
EXP	0.21	0.20	0.19	0.18	0.16	0.15	0.15	0.15	0.15
TH	0.27	0.25	0.24	0.23	0.21	0.19	0.19	0.19	0.19
CR1	0.42	0.41	0.40	0.39	0.36	0.34	0.33	0.32	0.31
CR3	0.83	0.79	0.78	0.75	0.71	0.67	0.65	0.63	0.62
	Среден брой членове								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.27	0.26	0.25	0.24	0.22	0.20	0.19	0.19	0.18
EXP	0.22	0.21	0.19	0.18	0.17	0.16	0.15	0.16	0.15
TH	0.28	0.27	0.25	0.24	0.22	0.20	0.19	0.20	0.19
CR1	0.42	0.42	0.40	0.39	0.37	0.35	0.34	0.33	0.32
CR3	0.84	0.82	0.78	0.76	0.73	0.69	0.66	0.64	0.63
	Нетни активи към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.29	0.28	0.27	0.26	0.24	0.23	0.22	0.21	0.20
EXP	0.23	0.22	0.21	0.21	0.19	0.17	0.17	0.17	0.16
TH	0.30	0.29	0.28	0.27	0.24	0.23	0.22	0.22	0.21
CR1	0.43	0.43	0.42	0.41	0.39	0.38	0.37	0.35	0.34
CR3	0.87	0.84	0.83	0.82	0.78	0.75	0.73	0.71	0.68
	Среден размер на нетните активи								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.29	0.28	0.27	0.26	0.25	0.23	0.22	0.22	0.20
EXP	0.23	0.23	0.22	0.21	0.19	0.18	0.17	0.17	0.17
TH	0.30	0.29	0.29	0.27	0.25	0.23	0.22	0.23	0.22
CR1	0.43	0.42	0.42	0.41	0.39	0.38	0.37	0.36	0.35
CR3	0.87	0.86	0.84	0.82	0.80	0.77	0.74	0.72	0.69
	Постъпления от осигурителни вноски								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	7	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.30	0.27	0.26	0.24	0.22	0.20	0.19	0.19	0.18
EXP	0.24	0.22	0.20	0.19	0.17	0.16	0.15	0.16	0.15
TH	0.31	0.29	0.27	0.25	0.23	0.21	0.19	0.20	0.19
CR1	0.45	0.41	0.39	0.39	0.37	0.35	0.34	0.33	0.31
CR3	0.87	0.85	0.82	0.79	0.75	0.72	0.69	0.67	0.63

Източник: изчисления на автора върху данни от Комисията за финансов надзор. http://www.fsc.bg/Statistika-bg-158

6. Изследване на концентрацията на пазара на доброволни пенсионни фондове

Доброволните пенсионни фондове са третия стълб в българския пенсионен модел. В България те възникват в средата на 90-те години на 20-и век. Желаещите да се осигуряват в третия стълб внасят осигуровки в доброволните фондове, като сами решават какъв да бъде размерът на вноската. Средствата, както и във втория стълб, се акумулират в индивидуални партиди на осигурените лица. Така може да се осигури допълнително още една пенсия. За разлика от

допълнителното задължително пенсионно осигуряване (втория стълб на пенсионната система), доброволното осигуряване се отличава с възможността осигуреното лице да се разпорежда и оперира със средствата по индивидуалната си партида по всяко време.

Анализът на пазара на услуги, предлагани от доброволни пенсионни фондове, показва, че отново има фонд с ясно изразена лидерска позиция. Този фонд е ДПФ "Алианц България" и според Й. Христосков (2, 2010, с. 383) този факт се дължи на активната маркетингова политика на фонда не само при пенсионното осигуряване, но и при животозастраховането. В началото на периода неговият годишен дял при осигурените лица и постъпленията от вноски е 50 % и малко под 50 %, а при нетните активи – 53-54 %. Нещо повече, при постъпленията от вноски в сравнение с началната година на изследвания период – 2003 г., през 2004 и 2005 г. делът се увеличава и от 48 % достига равнища до 55 %. До края на изследвания период ДПФ "Алианц България" запазва лидерските си позиции. При нетните активи в последните две години 2010 и 2011 г. делът на фонда спада под 50 % (за средния размер на нетните активи CR1=0,49 през 2010 г. и CR1=0,46 за 2011 г.). В същото време по брой членове и постъпления от осигурителни вноски ДПФ "Алианц България" има около 38-40 % дял. Голям е и делът на първите три фонда по всички изследвани показатели. По брой осигурени лица в началото на периода трите фонда с най-голям дял ДПФ "Алианц България", ДПФ "Доверие" и ДПФ "Съгласие". Делът им е 83 %, а в края на периода спада с 9 пункта на 74 %. Интересното е, че от 2008 г. фондът с трети по големина дял сред осигурените е "ДСК-Родина", а не ДПФ "Съгласие". Подобна е и тенденцията при пазарните дялове, оценени на база на нетните активи и постъпленията от вноски. Третият по пазарен дял фонд по тези показатели е "Ай Ен Джи ДПФ", като този фонд има дял от 7 до 11 % от активите и от 11 до 13 % от постъпленията от вноски. Всичко това показва, че по отношение на различните показатели има различно подреждане на фондовете. Очертава се тенденцията да има фондове, които нямат голям брой членове, но за сметка на това тези членове внасят по-високи от средните вноски и така тези фондове акумулират значителна част от постъпленията от вноски, което се отразява и в нарастване на активите им.

Пазарът на услуги, предлагани от доброволни пенсионни фондове, безспорно се отличава с висока степен на концентрация. В сравнение с пенсионните услуги при универсалните и професионалните фондове тук стойностите на измерителите на концентрацията са с около 4 до 9 пункта по-високи. В началото на периода индексът на Херфиндал-Хиршман е 0,34 при средногодишния брой членове и 0,35 при средния размер на нетните активи. И за двата показателя индексът намалява и през 2011 г. достига най-ниските стойности – 0,25 при броя членове и 0,28 при нетните активи. По-ниските стойности при членовете вероятно се дължат на посочената по-горе тенденция някои от фондовете на пазара да привличат помалко на брой членове, но с по-високи вноски. Концентрацията при постъпленията от осигурителни вноски също е по-висока в началото на периода в сравнение с последните години. При този показател обаче, намалението не е за целия период. През 2004 г. и 2005 г.концентрацията, измерена чрез различните индекси, е по-висока в сравнение с 2003 г. и това до голяма степен се дължи на увеличаване на дела на ДПФ "Алианц

България" по този показател. Оценените показатели за доброволните пенсионни фондове – коефициенти на концентрация (CR1 – за фонда с най-голям дял, и CR3 – за първите три фонда с най-големи пазарни дялове), индекс на Херфинадал-Хиршман (HH), експоненциален индекс (EXP) и индекс на Тидеман и Хал (TH), са представени в таблица 4.

Таблица 4

Показатели за измерване на концентрацията на пазара на пенсионни услуги, предлагани от доброволни пенсионни фондове 2003 - 2011 г.

	Брой членове към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.33	0.32	0.32	0.31	0.29	0.27	0.26	0.25	0.24
EXP	0.24	0.23	0.23	0.23	0.21	0.20	0.19	0.19	0.19
TH	0.31	0.29	0.29	0.28	0.27	0.25	0.24	0.25	0.24
CR1	0.49	0.48	0.47	0.46	0.45	0.43	0.41	0.39	0.38
CR3	0.83	0.81	0.81	0.81	0.78	0.77	0.76	0.74	0.74
	Среден брой членове								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.34	0.32	0.32	0.31	0.30	0.28	0.27	0.26	0.25
EXP	0.25	0.24	0.23	0.23	0.22	0.20	0.19	0.20	0.19
TH	0.31	0.30	0.29	0.29	0.28	0.26	0.25	0.25	0.25
CR1	0.51	0.48	0.48	0.47	0.46	0.44	0.42	0.40	0.38
CR3	0.83	0.82	0.81	0.81	0.80	0.77	0.76	0.76	0.74
	Нетни активи към 31.12								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	10	9
HH	0.34	0.33	0.34	0.34	0.32	0.31	0.30	0.28	0.27
EXP	0.24	0.24	0.24	0.23	0.22	0.22	0.21	0.21	0.20
TH	0.31	0.31	0.31	0.30	0.28	0.28	0.28	0.27	0.26
CR1	0.53	0.52	0.54	0.53	0.51	0.51	0.50	0.47	0.45
CR3	0.81	0.81	0.81	0.81	0.78	0.79	0.79	0.76	0.76
	Среден размер на нетните активи								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.35	0.34	0.34	0.34	0.33	0.32	0.31	0.30	0.28
EXP	0.25	0.24	0.24	0.24	0.23	0.22	0.22	0.21	0.21
TH	0.32	0.31	0.31	0.30	0.29	0.28	0.28	0.28	0.26
CR1	0.54	0.53	0.53	0.54	0.53	0.52	0.50	0.49	0.46
CR3	0.83	0.81	0.81	0.81	0.79	0.78	0.79	0.78	0.76
	Постъпления от осигурителни вноски								
Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Брой фондове	8	8	8	8	9	9	10	9	9
HH	0.29	0.32	0.35	0.29	0.27	0.27	0.26	0.24	0.24
EXP	0.22	0.23	0.23	0.21	0.20	0.19	0.19	0.19	0.19
TH	0.27	0.29	0.29	0.26	0.26	0.24	0.24	0.24	0.24
CR1	0.48	0.52	0.55	0.49	0.46	0.47	0.44	0.41	0.40
CR3	0.76	0.79	0.79	0.75	0.77	0.72	0.75	0.72	0.72

Източник: изчисления на автора върху данни от Комисията за финансов надзор. http://www.fsc.bg/Statistika-bg-158

7. Основни изводи от изследването на концентрацията на пазара на допълнителното пенсионно осигуряване

Резултатите от изследването на концентрацията на пазара на пенсионни услуги за допълнителното пенсионно осигуряване по години за периода 2003-2011 г. най-общо разкриват висока степен на концентрация за целия изследван период. В този смисъл, пазарът може да се характеризира като слабоконкурентен. Тенденцията обаче е към намаляване на концентрацията както при пенсионноосигурителните дружества, така и при трите вида фондове – универсални, професионални и доброволни. Тази тенденция се дължи основно на намаляване на пазарните дялове на водещите фондове и пенсионноосигурителни дружества.

При пенсионноосигурителните дружества тенденцията към намаляване на концентрацията въз основа на относителния брой на осигурените е по-силно изразена в сравнение с тези, въз основа на нетните активи и постъпленията от осигурителни вноски. Въпреки че и през 2011 г. е налице висока степен на концентрация, има основание да се допусне, че тенденцията за намаление на концентрацията ще се запази и в бъдеще. Основание за това са по-ниските показатели за концентрацията, оценени към края на годината в сравнение с тези, оценени на средногодишна база.

Най-висока степен на концентрация има при пазара на доброволни пенсионни фондове. Относителният дял на трите най-големи фонда, оценен по брой членове, постъпления от вноски и нетни активи, е над 70 %. При универсалните и професионалните пенсионни фондове тенденцията към намаляване на концентрацията въз основа на относителния брой на осигурените е по-силно изразена в сравнение с тези въз основа на нетните активи и постъпленията от осигурителни вноски. Вероятно това се дължи на отлив от водещите фондове на осигурени със сравнително по-ниски осигурителни вноски. При професионалните фондове в последната година на изследвания период пазарът може да се характеризира с преход от силна към умерена степен на концентрация.

В заключение може да се обобщи, че наличието на висока концентрация на изследвания пазар още веднъж доказва нуждата от ефективен контрол от страна на държавата във втория и третия пенсионен стълб. Високата степен на концентрация е сериозен проблем във фазата на акумулиране на средствата дотолкова, доколкото има по-големи рискове при неблагоприятно инвестиране на акумулираните средства от водещите фондове. Във фазата на изплащане на пенсиите обаче, високата концентрация може да има сериозни последствия. При по-малките пенсионноосигурителни дружества и управляваните от тях фондове има риск от недостиг на пенсионни резерви. Този проблем е необходимо да се преодолява чрез адекватни мерки от Комисията за финансов надзор.

Литература:

1. Дулевски, Л., Л. Стефанов, 1999, Осигурителни системи и фондове в България, Ciela.

2. Христосков, Й., 2010, "Реформите в социалното осигуряване", ВУЗФ, София.

3. Закон за защита на конкуренцията.

4. Годишен отчет за дейността през 2010 г., Комисия за финансов надзор, София, 2011.

5. Adelman, M.A., 1969, The Review of Economics and Statistics, Vol. 51, p. 99-101.

6. Duller, C., 2005, Austrian Journal of Statistics, Vol. 34, No 4, p. 345-359.

7. Hall, M., N. Tideman, 1967, Journal of American Statistical Association, Vol. 62, p. 162-168.

Пазари за предвиждания

Благовеста Николова

Резюме: Пазарите за предвиждания са сравнително нов обект на научни изследвания. През последното десетилетие те предизвикват интереса на академичната общност, както и на корпоративните организации, с демонстрираната висока точност на произвежданите от тях прогнози. Това насочва вниманието на заинтересуваните от техните възможности учени към следния въпрос: "Колко ефективно подобни пазари агрегират информация и как това може да бъде използвано не само в политическия процес на вземане на решение, но и за оптимизиране на корпоративното управление?" В тази връзка настоящият текст ще се заеме с две основни задачи: 1/ ще се опита да оцени възможностите и слабостите на пазарите за предвиждания като инструмент за прогнозиране; 2/ ще разгледа феномена "пазари за предвиждания" като израз на процеса на маркетизиране на прогнозирането и като практика близка до (или дори еквивалентна на) хазарта.

Ключови думи: пазари за предвиждания, прогнозиране, релевантна информация.

JEL: G19, Y80.

Увод

Пазарите за предвиждания[1] са сравнително нов обект на научни изследвания. През последното десетилетие те предизвикват интереса на академичната общност, както и на корпоративните организации, с демонстрираната висока точност на произвежданите от тях прогнози[2]. Това насочва вниманието на заинтересуваните от техните възможности учени към следния въпрос: "Колко ефективно подобни пазари агрегират информация и как това може да бъде използвано не само в политическия процес на вземане на решение, но и за оптимизиране на корпоративното управление?"

Известни са различни механизми на работа на пазарите за предвиждания. Цените при някои отразяват вероятността да се сбъдне/не се сбъдне дадено събитие (напр. "Барак Обама ще бъде преизбран за президент на Съединените щати през 2012г." или "Муамар ал-Кадафи няма да бъде лидер на Либия до полунощ на 31.12.2011г."), но могат да се отнасят и до детайли (напр. "Какъв % от националния вот ще получи републиканският кандидат-президент?"). Част от пазарите търгуват с реална валута, като ограни-

* Благовеста Николова е докторант в Института за изследване на обществата и знанието (БАН), e-mail: blag_ilieva@yahoo.com

[1] В англоезичната литература са познати като *prediction markets, information markets, idea futures, event futures* и др.

[2] Така например Електронният пазар на Айова /IEM/ е известен с точните си прогнози за изхода на президентските избори в САЩ.

ченията в залога варират според националното законодателство и целите на самия пазар. Други използват псевдовалута (play money), а печалбата се конвертира в предметни награди, за да е налицен материален стимул. Но същностното за всички пазари за предвиждания е, че ***остоковяват събития***. В един по-абстрактен смисъл те търгуват не с нещо налично, а с това, което все още не е дадено в опита, с несъществуващото. Обработват информация за текуща събитийност, за да дадат ценови израз на несигурността на бъдещето. Затова се разглеждат и като вариант на пазарите на фючърси.

Настоящият текст ще се заеме с две основни задачи. Първо, ще се опита да оцени възможностите и слабостите на пазарите за предвиждания като инструмент[3] за прогнозиране. Често изследователите наблягат на регистрираната по-висока точност на генерираните от тях предвиждания в сравнение със социологическите проучвания или метода "Делфи" като техники за агрегиране на информация относно събития с висока степен на несигурност. Тук ще бъде разгледана потенциалната им полезност с оглед проблемите в областта на съвременното прогнозиране и трансформациите, които последното претърпява. **Втората задача на текста** е да даде по-ясни очертания на феномена "пазари за предвиждания" като израз на процеса на маркетизиране на прогнозирането и като практика близка до (или дори еквивалентна на) хазарта.

1. Особености на пазарите за предвиждания

Механизмът на работа на пазарите за предвиждания не е много сложен. Това са пространства, в рамките на които се търгуват договори, чийто финансов резултат зависи от бъдещото реализиране на събития от политическата, икономическата сфера, от областта на културата и спорта. Най-простите контракти са от типа "победителят взема всичко". При тях се изплаща предварително фиксирана сума[4] само и единствено, ако дадено събитие се случи. Печалба може да се реализира от разликите в курсовете при затваряне на пазара или чрез процес на покупко-продажби на договори при флуктуиращи цени (в резултат на значими междинни събития). Друг тип контракти са обвързани с конкретни числови измерения на едно събитие – например познаване на точния процент от подадените гласове за даден кандидат или конкретна стойност на покачване акциите на дадена корпорация. В резулатат на това се изплаща определена сума за всеки процент от познатата стойност. Трети тип договори осигуряват печалба, когато числово измерение на дадено събитие превиши/не превиши фиксирана стойност (ако, да речем, Обама спечели над 58% от вота на президентските избори).

Първият пазар за предвиждания е част от проект на Университета в Айова от 1988 г. Разработен е като изследователски инструмент, използван и с педагогическа цел. По принцип в областта на обществе-

[3] Инструмент с подпомагаща прогностичния акт функция, а не същински метод за прогнозиране.
[4] При Електонният пазар на Айова стойността е $1, а на борсата "Intrade" - $10. Там например договорите "Ще бъде ли преизбран Обама като президент през 2012г.?" се търгуваха на цена $5.67 (купува) и $5.65 (продава) към дата 25.07.2011 г. Това означава, че ако събитието се сбъдне и цената е същата към изборната нощ, закупилият такъв договор ще спечели $4.33. Ако победителят в изборите се окаже друг, участникът ще изгуби вложените $5.67 [14].

ните науки е доста трудно създаването на условия, близки до лабораторни, за да се изследва социалната реалност. Бизнес-колежът "Хенри Типи" организира тези немащабни пазари на фючърси като експериментално пространство, в рамките на което да се наблюдава не само индивидуалното търговско поведение, но и общото ниво на функциониране на пазара. Тъй като федералното законодателство в Съединените щати забранява онлайн залагания с реална валута, Електронният пазар на Айова (IEM) работи със специално разрешение (тъй като е с научна цел). Инвестициите на един участник могат да бъдат в рамките на $5 до $500. Интересно е да се отбележи, че най-успешният пазар с търговска цел – "Intrade", е базиран в Ирландия, именно поради законовите ограничения.

Обемът и оборотът на пазарите за предвиждания нарастват с времето. Това се наблюдава и при Електронния пазар на Айова, макар да не е създаден с цел печалба. Един от проблемите, върху които се фокусира продължаващият вече 24 години експеримент в Университета в Айова, е колко ефективно подобен пазар ***генерира вероятности за бъдещи събития,*** като инкорпорира касаеща развоя им информация в ценовия механизъм. Стойността на залозите е символична (долар на договор), за се запази някакъв реален материален стимул и да се избегнат пазарни изкривявания под формата на сериозни финансови спекулации. Намерението е колкото се може по-чисто да се проследи взимодействието информация – пазар.

С тази цел, но и за да се избегнат юридически конфликти, част от пазарите за предвиждания работят с фиктивни валути (холивудски долар /H$/, смешни пари /FX-bucks/, DKP /Dragon Kill Points/ и т.н.). При такива борси пазарният механизъм по-скоро произвежда полезна за определени области информация. Така движението на цените при Hollywood Stock Exchange, който показва много добри резултати в прогнози относно касови филми или победители в наградите "Оскар", предизвиква сериозен интерес за филмовата индустрия. Например с новината, че Том Ханкс ще участва в "Шифърът на Леонардо", цената на акциите на филма значително се покачва [15]. За екипа, работещ по продукцията, това е информация (за настроения на публиката), към която може да се подходи стратегически. С други думи, информация, която може да подпомогне създаването на реална стойност. Така данни от The simExchange[5] се използват от някои анализатори на Уолстрийт. Публичната борса The Foresight Exchange Prediction Market разиграва събития от различни области и теми (студен синтез, автомобили без шофьор, остаряването на парите в брой, мощност на компютърни процесори, политически събития и т.н.), но е поддържана от фирма [11], заинтересована от разработването и продажбата на платформи за пазари за предвиждания и форсайт-решения за корпоративния сектор. Участниците в този пазар допринасят за процеса на създаване на печалба чрез доброволното си участие (платформата е заявена като игра). Това в някакъв смисъл е една реализация на идеята на Алвин и Хайди Тофлър за просуматорството като нова форма на натрупване на капитал [1; 2007, 219].

Целите на самите пазари варират. За някои това е печалбата. Тя може да произхожда от същинската дейност на такива борси, от месечни такси или от силно рекламно

[5] Това е борса, на която се търгуват договори, свързани с вероятния обем продажби на видео- и компютърни игри.

присъствие. За други е експериментът или сдобиването с данни за академични проучвания. Мотивацията на участниците също е различна – от научно любопитство, през материална изгода или хазартна страст. Общото за всички е ***доброволността на включването***, а то е значимо с оглед проблемите на инкорпорирането на релевантна информация в механизма по ценообразуване.

Пазарите за предвиждания пораждат и някои притеснения от етически характер. Все по-нарастващото опубличностяване от медиите на котировки на подобни пазари ги налага като легитимен източник на информация за бъдещето. Проблемът не е в самите пазари като такива, а в превръщането им в оформящ обществените нагласи инструмент. Така се задейства принципът на рефлексивността и данните от тях (не-факт) могат да станат основа за реални действия, които да доведат до определен факт. Често този проблем се илюстрира с примери за това как залози за смъртта или оттеглянето от власт на даден лидер могат действително да мотивират някого да предприеме действия за сбъдване на прогнозите. Затова и критиците на определени пазари за предвиждания се опасяват те да не се превърнат в пазари на убийства (assassination markets). Етически въпроси повдига и участието в подобни пазари на лица, които разполагат с вътрешна, ведомствена информация, касаеща дадено събитие.

2. Информация и прогнозиране

Един от големите проблеми на прогнозирането е въпросът за предсказуемостта в полето на социалното. Обикновено затрудненията на обществените науки в това отношение се разглежда при сравнение с природните. Вече е прието, че дори и при последните много трудно може да се говори за закономерности, и те – като цяло, са ограничени до случаи на затворени системи. Обектите на изследване при тях са стабилни – не в смисъла на константи, а на проявяващи предвидими свойства при определени условия. Какво да кажем за хората? Разбирането за тях се простира от идеологемата за човека като носител на свободна воля до постструктуралистката субект, вместилище на дисциплинарен дискурс. Но нас ни интересува социалното, а не просто човека. И въпреки настоятелното говорене за неопределеност, отворени системи, рефлексивност, комплексна обществена динамика, не трябва да се отминава фактът, че все пак са останали сфери на регулярност. Една от големите задачи на прогнозирането е да ги идентифицира. Тук не става дума само за ежедневните примери на обичайна повторяемост (разписания на влакове, избори и т.н.), а за откриването на такава, която се заявява като нерегулярност и която би ни отвела към положенията на един по-холистичен анализ, от който да изхожда всяка прогноза (напр. процеса на натрупване на капитал или циркулацията на елити).

Опитът показва, че в системи с йерархично разпределение и контрол на информацията предвидимостта е висока. Единственият източник на изненада може да бъде само центърът/върхът. Това е идеалната ситуация за един авторитарен или тоталитарен режим. Но днес, с агресивното проникване на електронните медии, много трудно може да се удържа подобно положение (разбира се, ако в страната съществува технологичната база, върху която да оперират медиите). В съвременните развити общества подобен контрол върху информацията е силно проблематичен.

Самият факт, че съществува феноменът WikiLeaks, говори в полза на това. Обитаваме ***хаос от информация, псевдо-информация, дезинформация.*** В такъв контекст пазарите за предвиждания демонстрират добри резултати като прогностичен инструмент. Обяснението за това обаче е повод за дебати между икономисти, занимаващите се с прогнозиране и – като цяло, изследователи от обществените науки. Тези пазари предизвикват интерес, защото функционират така, ***сякаш успяват да се ориентират в потока от данни и да уловят значимата за бъдещето на определено събитие информация, чрез разиграване на класически пазарен модел***. Възпроизвеждайки едно поле на взаимодействие на рационални играчи, на ниска степен на социалност (лоялността е сведена до Аза), на срещата на стратегии, уравнени в стойността на договорите, те като че ли се справят с един от основните проблеми на прогнозирането – да ***идентифицират регулярност в информационен контекст, който затруднява това.***

Последното ни отвежда към причината, поради която структура като ЦРУ проявява интерес към тях, в качеството им на инструмент за прогнозиране, и настоява разузнавателната общност да разполага със свои такива пазари. Но проектът на DARPA (Defense Advanced Research Project Agency) – програмата FutureMAP и пазарът Policy Analysis Market (PAM) – е спрян от Конгреса на САЩ още в първите дни на стартирането му през лятото на 2003 г. Идеята за такъв подпомагащ работата на разузнаването инструмент е свързана с коментираната след атентатите от 11-ти септември 2001 г. слабост на отделни звена, разполагащи с информация за терористичните актове, да се координират. Проблемът е добре познат за съвременния свят – не е в сдобиването с данни, а по-скоро в тяхната ***преработка и анализ*** от звена с различна перспектива. Полезността на пазарите за предвиждания в подобна ситуация е да предложат изчистено от многобройните интерпретации числово изражение на вероятности по въпроси на сигурността и отбраната. За PAM са се предвиждали търгуване на договори, касаещи политически, икономически и военни индикатори за страни като Египет, Иран, Ирак, Израел, Саудитска Арабия, Сирия и Турция; индикатори на глобалната икономика и конфликти; събития (напр. вероятността организацията "Хамас" да признае държавата Израел), както и т.нар. ***условни деривати***, които представляват опит да се проследи причинно-следствената връзка между определени събития или показатели [9; 2006, 137-149]. Разбира се, съществуват опасения, свързани със злоупотребата с подобни пазари, с цел фаворизиране на определена политика. Когато залогът е реално политическо действие, не можем да бъдем сигурни, че различните участници няма да се опитат да манипулират механизма на пазара. Всеки търгуващ носи своите предубеждения и разбирания за патриотичен дълг. Налице е и опасност от обслужване на политически кръгове с интереси в определен регион на света. Като замисъл, използването на политически пазари за предвиждания би било полезно за ***агрегиране и осредняване на налични оценки*** за заплахи. Оценки, чиито източници са разполагащи с различна експертиза и съответната перспектива разузнавателни звена. Резултатът би могъл да насочи към проблеми, които в хода на рутинната работа са били пренебрегнати. Но реално, винаги ще остават съмнения доколко е спазен безпристрастният пазарен

модел, който абсорбира само нужните (за преценка на бъдещи вероятности) данни. Това е проблем и на прогнозирането като цяло – подборът на ***релевантната*** за анализа и предвижданията информация.

В полето на прогнозирането, когато се обмислят процеси с висока степен на несигурност, се прибягва до методи, за които често се коментира, че по-скоро разчитат на интуицията на изследователя, отколкото на екстраполации или модели. Тук няма да се спираме на въпроса дали това, което се обозначава като "интуиция", е прозрение или просто израз на лична опитност. Особено интересни са методите за прогнозиране, в алгоритъма на които е заложено не придържането към една парадигма, а такива, при които се срещат логиките на различни методи, и се агрегират техните различни очаквания. Така например при ***панелите от експерти*** всеки от участниците носи своя модел за бъдещо развитие на даден феномен. В края на дискусията се излиза с общо (но не усреднено) становище, което често изисква компромиси и съответно носи риск част от релевантната за прогнозата информация да е била подмината или изопачена. Затова в течение на времето се разработват методи, които се опитват да се справят с подобни слабости. Методът "Делфи" е създаден от учени на RAND Corporation с цел да се преодолеят някои от горепосочените недостатъци[6]. Задачата е да се запази автономността на преценката на всеки участник при първоначалните отговори на въпросниците.

След като са обработени резултатите, експертите могат да променят някои от отговорите и да обяснят защо го правят. Резултатите се обработват и обобщават отново, за да се получи една осреднена оценка по различни въпроси от относително независими в отговорите си индивиди. Изследванията на RAND посочват, че такъв метод на агрегиране на информация се оказва много по-добър в предвижданията, отколкото становища, които са продукт на класическо групово взаимодействие и присъщите му изкривявания [5; 1969].

"Делфи" има и друго предимство – може да бъде полезен за вземащите решения като сигнализира за проблемна област, ако има голямо разминаване в оценките на експертите по даден въпрос [6; 2008, 17-20]. В тази поредица от подобрения при методите за прогнозиране пазарите за предвиждания се разглеждат като следваща стъпка. Тяхното предимство е, че предлагат алгоритъм, който по-ефективно и по-безпристрастно ***агрегира информация от различен порядък***. При пазарите за предвиждания, както вече бе отбелязано, един от решаващите моменти е доброволността на участието, заинтересуваността на търгуващите. Цената на договорите отразява също увереността, агресивността, стратегиите на риска, материалните възможности и т.н. Това например е една от разликите със социологическите проучвания, при които участниците са подбрани случайно, произволно.

Недостатък на резултатите от такива запитвания се състои в това, че отразените в тях актуални нагласи са много нестабилни и рядко се радват на точност като прогноза. Участниците не са заинтересовани, техният отговор няма залог, те не са мотивирани да мислят събитието като независим обект на изследване, в повечето случаи не са търсили и не притежават релевантна информация за него. Ценно при пазарите за предвиждания е как тех-

[6]Например феноменът "конформизъм".

ният механизъм позволява да се преценят подобни огласени публични проучвания и да се види доколко пазарът оценява информацията, която носят, като релевантна за надеждната прогноза за бъдещия развой на дадено политическо събитие.

В българския политически живот предварителните проучвания на нагласите на населението преди избори са станали пословични с ниската си прогностична стойност. Грешката може би не е в самите предизборни проучвания, защото естеството им е такова. Ако е достатъчно представително едно проучване и размерът на статистическата грешка бъде минимизиран, проблем продължава да е наличен, защото ***измерването на текущите нагласи*** не дава информация за това как същите тези нагласи се трансформират във времето. Може и да има данни как са се променяли, но простата екстраполация на установения тренд в това отношение не е надежден метод за прогнозиране, особено на изборен процес. Недоразумението идва от факта, че социологическите проучвания обикновено се коментират като прогнози – нещо, което те не са.

3. Предимства на пазарите за предвиждания като инструмент за прогнозиране

Има различни разбирания за това какво всъщност произвеждат пазарите за предвиждания. Единият вариант е да се приеме, че техен продукт са ***пазарно генерирани*** прогнози. Ценообразуващият процес се разглежда като комуникация, която ***интегрира неорганизирано, разпръснато, частично знание***. Цените се интерпретират като ***числов израз на вероятността*** едно събитие да се случи, т.е. квантифицират и претеглят информацията на различни хора. В този смисъл пазарите за предвиждания не са места на постигнат консенсус (като работата на панелите от експерти). Те не заличават различията в преценките, а ги отразяват в общата пробабилистична преценка – цената. Пазарът е място, където несъгласни помежду си относно истината хора се опитват да извлекат полза от евентуалните грешни преценки на останалите. Как тогава да се интерпретира фактът, че ирационалността и невежеството на участниците в него произвеждат смислени прогнози? Обяснението обикновено се опира на теорията на Хайек за ценовия механизъм като за единствено ефективния. Той може да се справи с разпределянето на информацията, предвид липсата на пълно знание от страна на пазарните агенти, и така да удържа социален ред без необходимост от централизирано планиране.

Предразсъдъците на търгуващите на пазара не могат да се пренебрегнат, те са част от уравнението. Как тогава резултатите на пазарите за предвиждания постигат точност? Има две възможни обяснения: 1/ пазарите за предвиждания не са механизъм за идентифициране на обективна истина, а такъв за претегляне силата на действащи в момента ***интерпретации*** за едно бъдещо събитие; 2/ литературата предлага т.нар хипотеза за играчите, търгуващи с разлики (marginal traders) – това са хора, които, така да се каже, търгуват с оглед предразсъдъците на другите (доколкото последните изкривяват цената) – купуват договорите на едни и ги продават на други, като така непреднамерено помагат да се фиксира цена, която да е в по-голяма степен изчистена от изкривяванията, дължащи се на психологически и познавателни фактори, влияещи на участниците.

Проблем при изследванията на пазарите за предвиждания е, че те се разглеждат като пример за ефективно агрегиране на информация (по обяснението на Хайек), но няма формален анализ **как точно това се случва.** Опити да се установи какво отразява равновесната цена на търгуваните договори водят до критиката на разбирането, че тя е израз на ***пазарно генерирани вероятности***. Пазарите за предвиждания не отразяват средна, медиана или друг измерител на централната тенденция на вярванията на търгуващите, т.е. *цената не разкрива нищо за дисперсията на тези вярвания*. Цените близо до 0 или 1 са по-информативни за средната стойност на вярванията, отколкото тези, които са около 0.5. Моделът на Мански [7; 2004] показва, че цената действително разкрива **нещо** за вярванията на участниците, но ***не подкрепя хипотезата за ефективния пазар***, според която цената е инкорпорирала цялата налична информация на търгуващите. За него (този модел) пазарите за предвиждания не са ефективни пазари. Това, което най-много могат да направят, е да дадат информация за ***централната тенденция на вярванията*** на участниците.

Често пазарите за предвиждания се коментират и като приложение на убеждението, че ако несъвършените преценки на дадена група бъдат агрегирани **по подходящ начин,** резултиращата колективна интелигентност **често** е отлична[7] (за събития с несигурен изход). За да се избегне излишното им митологизиране с оглед проблемите на съвременното прогнозиране, трябва все пак внимателно да се уточни какво действително произвежда тяхното действие. Полезността им би могла да се сведе до следното:

1) Механизмът им възпроизвежда пазарно взаимодействие на рационални играчи, което има за резултат процес на ценообразуване, отразяващо различните стратегически подходи към притежаваната от участниците информация за условията, касаещи бъдещето на процес или събитие. В такава ситуация търгуващите са мотивирани не само от някакво първоначално налично знание за обекта на прогнозата, но и имат интерес да подбират нова информация, за която преценяват, че е релевантна за случая. Ако се търгува относно съдбата на даден политически режим, твърде е възможно ценовият израз на вероятностите за задържането или свалянето му да е израз на екстраполация на наличните очевидни данни (от медийното отразяване), но и да е ***инкорпорирал информация, която наглед е периферна,*** но преценена като релевантна от участника (бил е активен в усилието да се сдобие с нея и я разпознава като значима за събитието). Това е едно от предимствата на пазарите за предвиждания – дават ***възможност да се агрегира информация, чиито източници са отвъд официалния дискурс[8]***.

[7] Пример за такова виждане – виж [10; 2004]. Успехите на "мъдростта на тълпата" се състоят в осредняване показателите на различен опит, като крайностите в него се компенсират. Прогнозирането се интересува от несигурните аспекти на бъдещето, т.е от неща, за които нямаме опит. Но трябва да се има предвид, че макар самите пазари за предвиждания да се саморекламират като места, където се реализира принципът за мъдростта на тълпата, можем да предположим, че това е просто антиелитарно флиртуване с потребителите, което постулира, че релевантната информация не е в ръцете на избрано малцинство, а в несъзнателния колективен разум на масата.

[8] Или да сигнализират навременно, генерирайки информация, която *изпреварва* тази, произвеждана от утвърдени институционални механизми. Така например пазари за предвиждания биха могли да се използват за оценка бъдещето разпространение на инфекциозни болести, агрегирайки субективната и асиметрично разпределена информация на лица от различни медицински области – педиатрия, вирусология и т.н. [8; 2007, 272-9].

2) Тези пазари могат да се окажат много полезни за преценяване ***релевантността на дадена информация във времето.*** Някои експерти изказват прогнози (политолози, социолози), основани на абсолютния факт на дадено събитие. Предвижданията им невинаги отчитат промените в релевантността на междинни случаи, значими за бъдещото развитие на обекта на предвиждане. Ако към днешна дата например такъв експерт оценява шансовете на Барак Обама да бъде преизбран като президент на Съединените щати, смъртта на Осама бен Ладен би се разглеждала като фактор с голяма сила в полза на подобен развой на изборите. Пазарите за предвиждания обаче изглежда имат предимството ясно да ***оценяват времето на действителния ефект*** на дадено важно събитие върху бъдещето на другото. За тях смъртта на терориста е значима в рамките на няколко дни, т.е. шансовете на Обама са изключително високи, ако изборите съвпадаха с този времеви диапазон.

На диаграмата по-долу (Фиг. 1) е видно как много скоро след това голямо събитие цените на договорите падат, т.е. в дългосрочна перспектива убийството на Бен Ладен не е толкова определящо. Разбира се, в хода на самата предизборна кампания припомнянето за него може да окаже влияние, но това е нещо, което пазарът би отчел в съответния бъдещ момент. Също така се забелязва сериозен спад в цените (като числов израз на вероятността) през месец септември – един период, който е белязан не само от икономически проблеми, но и от дискусии за данъчното облагане в страната, обвинения за "класова война" срещу милионерите [12]. От друга страна, секторите от диаграмата, които не показват изменения, говорят за периоди, в които публичните дейности на президента не са имали сериозен ефект. Това представлява ценна информация за работещите по медийния му образ. Предимството на пазарите за предвиждания следователно могат да се търсят в сравнително точното ***отразяване на влиянието на дадени събития в текущия момент***, което се оказва полезно за сферата на политическото, където въпросът за навременността на политическия акт е изключително важен за властта.

Фигура 1.

Източник: www.intrade.com©

3) Пазарите за предвиждания могат да са полезни (чрез механизма си за агрегиране на разнородна, разпръсната, частична информация) за оценка на причинно-следствени връзки. Идеята за условни деривати на споменатата по-горе DARPA, се състои в това да бъдат пускани за търгуване договори, при които ценообразуващият механизъм да отрази ***възможната обусловеност на едно събитие от друго***. Целта е да се идентифицират фактори, които са значими за развоя на даден процес. Формулировката на такъв договор изглежда по следния начин: Събитие А ще се случи *при (при условие)* осъществяване на събитие Б. Например: "Режимът на президента *Х* няма да просъществува до 31.12.2011 г. **при** военна намеса от страна на НАТО." Цената на договорите ще отразява агрегираната преценка на участниците по няколко пункта: а) Доколко събитието е зависимо от военна намеса на НАТО, а не на друга организация или държава; б) Доколко е устойчива евентуалната съпротива срещу събитието във времето, въпреки факта на военна намеса; в) доколко организация като НАТО е заинтересувана от намеса в съответната страна; и т.н. Оценката на пазарните участници в случая касае не пряко дадено събитие в бъдещето, а условността на определени фактори при разглежданата ситуация. Дава се ***число-во изражение на релевантността на евентуална причинно-следствена връзка***, което да подпомогне анализа на определен проблем. А това е необходимо за постигане ако не на точност, поне на надеждност при изготвяне на прогнози, на които да се разчита при процеса на вземане на решение[9].

4. Пазарите за предвиждания като феномен

Пазарите за предвиждания като културен и социален феномен могат да се разглеждат като особена форма на това, което наричаме ***игра***. От една страна те са израз на *хазартната игра*. Любопитното при хазарта като практика е, че предоставя възможност да се прескочат социално утвърдени пътища до точки, които отбелязваме като "успех" и "провал". Той е социален механизъм, образно казано, за изкривяване на социалното пространство, съпътствано от съкращаване на време за съответния индивид. Едно залагане, при наличие на късмет, би могло бързо да отведе човек там, където той би стигнал, да речем, след 30 години упорит труд[10]. Това усещане се разпростира и до устоите на политическото, икономическото, социалното, културното. Тревогата от загуба на регулярност дори в области, които доскоро са се считали за стабилни, се разиграва на пазарите за предвиждания. Те в някакъв смисъл са пространства, които са страничен продукт на свят, който се характеризира с неопределеност, несигурност, рискове, непреднамерени последици, отворени и сложни системи, синергетика, хаос. ***Бъдещето може да бъде заложено, не само защото "всичко е възможно", но и защото вече нищо не е толкова невероятно***.

[9] В едно изследване се твърди, че при умело използване на информацията от условните пазари за предвиждания на Iowa Electronic Markets, касаещи президентските избори от 1996 г., би станало ясно, че Колин Пауъл би бил много силен кандидат срещу Бил Клинтън, ако Републиканската партия го бе убедила да се кандидатира [4; 2003, 79-93].
[10] Интересно би било да се разгледа хазарта като компенсиращ механизъм в условията на капитализъм, при който се постулира, че всеки, при съответно положените усилия и съобразителност, би могъл да успее. Това съвсем естествено пренебрегва най-сериозния аргумент срещу претенцията му за универсалност като социална организация – биологическия фактор. Механизмът на капитализма изисква определени качества, които не винаги и не само са резултат на възпитание.

От друга страна пазарите за предвиждания са *пазарна игра*. Някои от тях са организирани като виртуално икономическо поле, в което участникът да изяви рационалността си на пазарен агент. Резултатите от такива игри могат да се окажат доста полезни. Те, от една страна, произвеждат емпирични данни за област, която трудно може да се организира като "чисто" изследователско пространство. От друга, информацията от тях касае виртуално пазарно разиграване на реални обекти и на практика е ценна за тяхното "реално" управление.

Hollywood Stock Exchange, например, при включване в борсата осигурява сума от H$ 2 млн. (холивудски долари) като първоначален капитал, който да се разиграе от участника, менажирайки *реални продукти и хора*. Не само филмите, но и актьорите си имат цена, която варира според пазарното взаимодействие[11]. The simExchange действа на същия принцип – първоначалният капитал на участника възлиза на 1 млн. DKP (псевдовалута). Някои борси предлагат опцията short selling, която предоставя възможност да се сигнализира пазара, че цената на дадени акции е твърде висока[12]. Това може да се разглежда като механизъм за по-точно инкорпориране на релевантната информация в прогнозата.

Пазарите за предвиждания могат да бъдат и ***ценен инструмент с оглед нуждите на корпоративното управление в условията на децентрализирана бизнес структура***. С отмиращата адекватност на централизираните форми на организация на икономическия процес една от трудностите, които възникват, е координацията на информация от хоризонтално поставените звена с оглед стратегическото планиране на фирмата. За да се създаде надеждна визия за бъдещето, е нужна обработката на релевантната за това информация. Ако преди тя е била достояние на върховете на йерархическата структура, сега ***моделът на потока от данни е доста усложнен***. Много често се оказва, че ниските нива на организацията разполагат със, а и самите те произвеждат, знание, което е значимо с оглед целите на върха. ***Пазарите за предвиждания се оказват удачен начин да се агрегира това знание***. Досегашните експерименти в корпоративния сектор посочват, че именно преценките на тези служители демонстрират по-висока точност на прогнозите, още повече, когато последните представляват осреднена оценка на представители от различни звена, т.е. с различна перспектива към производствения процес. Ценообразуващият механизъм дава възможност в генерираните вероятности, отразяващи възможното бъдеще на продукт или стратегия, да бъде инкорпорирана информация, която би могла да остане пренебрегната или омаловажена. Т.е те могат да ***разкрият*** вътрешна за организацията информация, която при други условия не би се придвижила до върха, и да я *обобщят,* под формата на стойност на договор/акция. Hewlett Packard, Eli Lilly, Intel, Siemens, Google и др. регистрират положителни резултати

[11] Към дата 08. 08. 2011 *г.* актьорът Джони Деп се търгува на цена H$112.82 и отчита повишение от 0.78% само за въпросния ден. На страницата могат да се проследят флуктуациите в цената на актьора за дълги периоди от време [13].

[12] Може да се илюстрира така: Агент А не притежава акции на дадена електронна игра, тъй като не е счел, че цените им могат да се повишат. Но пазарът му дава възможност да продава без да притежава въз основа на контрафактично положение – играчът да даде сигнал че би продал акции, ако притежаваше. Т.е организаторите на тази борса предлагат начин в процеса на ценообразуване да участват и играчи, за които няма реален залог, а чиято преценка да бъде агрегирана – т.е. те ще допринесат със своята релевантна информация, за да се коригира цената на въпросния обект на прогнозата.

от организираните от тях експериментални пазари за предвиждания. Такъв механизъм не е просто точен в агрегирането на информация под формата на прогноза. В последно време много сериозно започва да се разглежда като необходим инструмент в укрепване за корпоративното управление. Не става дума само за претеглен израз на преценките и интуициите на служителите, а и за начин на съкращаване разходите за информация в процеса на вземане на решение, както и евентуално спестяване на странични разходи и предотвратяване на лош публичен образ на компанията. Чрез такива пазари "чувствителни" данни стават достояние на ръководството, а то има възможност да реагира навреме, като проблемът бъде вътрешно разрешен.

Всичко това може да бъде коментирано като израз, от една страна, на затрудненията на съвременната капиталистическа организация да се справи с все по-тежките изисквания за бързо и адекватно обработване на релевантна информация за адаптиране на дейностите си към постоянно и ***скоростно променящата се пазарна среда*** днес. За тази цел е необходима нова организация на информационния поток в рамките на корпоративната структура. Организация, която да избегне традиционните пречки – йерархията, скрита ценна информация на ниски нива, предразсъдъци и поведенски ефекти (напр. служители да не се осмелят да изкажат аргументите си против дадена политика, идея, продукт, които намират за неадекватни). Анонимността на пазарите за предвиждания може да реши това. Но има нещо смущаващо от политико-философска гледна точка в това уповаване на "мъдростта на тълпата". Ако от 70-те години на XX век насам се говори за осъществилото се разделение между собственост и управление, между тези, които имат и тези които знаят (без да имат), израз на което е изгряването на прослойката на мениджърите, днес като че ли ставаме свидетели на ситуация, в която хората, превръщащи знанието си в бизнес решения с цел печалба и ползващи се с доверието на притежателите на активи, са затруднени. Ресурсът, с който разполагат (знание), или е ограничен, или трудно може да бъде управляван. Прибягването до пазарите за предвиждания е симптом на тази слабост, нищо, че решението да се използват, само по себе си е добро мениджърско хрумване. ***Притеснителен е обаче фактът, че би могло да се употреби знанието на ниските не-мениджърски нива за поддържане на социално разделение на мениджмънт и служители, което във възникването си се основава именно на предпоставката, че*** знанието ***е достояние на първите за организиране на вторите, с цел натрупване на капитал***. А сега се агрегира от вторите за да стане достояние на първите, с оглед удържане на собствената им позиция и оцеляването на организацията. Живеем в свят, в който информацията за събития от политическата, икономическата, научната, културната сфера трудно може да бъде интерпретирана в адекватни бизнес-решения. Още по-голямо става затруднението от факта, че в контекст на ***нарастваща сложност на съвременните социални системи, дадено решение може да се окаже с непредвидими последици, заради динамиката на условията, в рамките на които е взето***. Изглежда, че адекватността на едно бизнес-решение не е въпрос само на рационално подхождане към релевантна информация, а характеристика, която се проявява на един по-късен етап, post factum.

Заключение

Пазарите за предвиждания се радват на голям ентусиазъм сред изследователите[13]. Причината е в резултатът, който произвеждат – относително висока точност. Важни въпроси, които като че ли се подминават, са свързани с това какво всъщност осъществява техният механизъм и симптом на какво са успехите на "мъдростта на тълпата".

Първо, те са израз на ***вярата***, че пазарният механизъм е универсалното решение на множество проблеми, включително и на този за непредвидимостта на бъдещето. Това е от полза за неолибералната идеология, особено в момент, когато е изправена пред сериозни предизвикателства, с оглед надеждността и стабилността на капитализма. Възхвалите на пазарите за предвиждания всъщност укрепват разбирането, че "пазарът ***знае*** най-добре", включително и относно една толкова особена категория, която назоваваме като "бъдеще". Те се разглеждат като магическо място, преобразуващо цялия диапазон на познание на участниците (от невежество до идеална рационалност[14]) в истинни твърдения за предстоящи събития. В този смисъл пазарите за предвиждания са със силно идеологическа функция на заздравяващи ***доверието в пазара*** като разпределящ механизъм (не само на ресурси, но и на информация и знание).

Второ, по същество те са механизъм за обработка на информация, но не такъв, който произвежда същински отговори на въпроси за бъдещето, а ***очертава тенденцията във възприятията*** на участниците по даден въпрос. Реално, предположенията, които се правят, в естеството си не са прогнози. Цената на договорите не е толкова числов израз на обективни вероятности, колкото интерпретация за силата (върху обществените възприятия) на текущите циркулиращи данни за определен обект. Пазарите за предвиждания са феномен, който се занимава по-скоро с настоящето, но **през** идеята за бъдещето. В този смисъл корпоративните приложения като че ли са уловили тази особеност.

Трето, известни противоречия предизвиква въпросът за точността, която се демонстрира. Повечето изследователски усилия са насочени към разгадаване на този любопитен механизъм за прогнози. Пропуска се един алтернативен път на обяснение на успеха на пазарите за предвиждания – характера на техните обекти. Има място и за подозрение, че процесите, с които се занимават, не са толкова нерегулярни. Разбира се, всяко бъдещо събитие е несигурно в един по-абстрактен смисъл, но в областта на прогнозирането има полета, при които все още е възможно да се идентифицира вероятността за случването му. С известна предпазливост може да се предположи, че пазарите за предвиждания са механизъм, свидетелстващ за това, че представите

[13] Група учени икономисти, начело с Кенет Ароу публикува в списание "Science" призив и конкретно предложение как да се уреди юридически въпросът за легализиране на пазарите за предвиждания в САЩ, за да бъдат използвани с изследователски цели и усъвършенствани като инструмент за прогнозиране [2; 2008, 877-878].

[14] Важен е и въпросът за това ***кой*** участва в тези пазари. В идеалния случай трябва да са хора с релевантната информация. Но ако търгуват само специалисти, възникват редица съмнения относно пазарите за предвиждания като независим от качествата на участниците механизъм, което е и вариант на идеята на Хайек за пазара като място, което примирява невежеството на всеки един от агентите относно желанията и интересите на останалите. Оказва се, че в един от най-успешните по отношение на ***точността*** пазари – Iowa Electronic Markets, участниците обикновено са млади, бели мъже, добре образовани и от заможни семейства [3; 2003, 10].

на участниците не са толкова откъснати от реалността и че в областта на социалното все още има места на стабилност (въпреки всички предизвикателства, които отправят съвременните процеси на ускоряване и промяна). "Мъдростта на тълпата" не е в пророкуване на изненадата, прецедента, а е в опитността, в ***съхраненото съзнание за регулярности***.

Литература:

1. Тофлър, А., Х. Тофлър, Революционното богатство, София, Обсидиан, 2007.

2. Arrow, K. et al. The Promise of Prediction Markets, Science, Vol 320, 16 May 2008, p. 877-878.

3. Berg, J., F. Nelson and T. Rietz, Accuracy and Forecast Standard Error of Prediction Markets, Henry B. Tippie College of Business Administration, University of Iowa, Working Draft, July 2003, p. 10.

4. Berg, J., T. Rietz, Prediction Markets as Decision Support Systems, Information Systems Frontiers 5:1, 2003, p. 79–93.

5. Dalkey, N. The Delphi Method: An Experimental Study of Group Opinion, RAND, Santa Monica, CA, 1969 (http://www.rand.org/content/dam/rand/ pubs/ research_memoranda/2005/RM5888.pdf)

6. Green, K., J.S. Armstrong, A. Graefe, Methods to Elicit Forecasts from Groups: Delphi and Prediction Markets Compared, Foresight: The International Journal of Applied Forecasting, Vol. 8, 2008, p. 17-20.

7. Manski, Ch. Interpreting The Predictions Of Prediction Markets, NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, Working Paper 10359, Cambridge, MA, March 2004.

8. Polgreen, P., F. Nelson, G. Neumann, Use of Prediction Markets to Forecast Infectious Disease Activity, Clinical Infectious Diseases, 2007; 44: 272-9.

9. Puong Fei Yeh, "Using Prediction Markets to Enhance U.S. Intelligence Capabilities," CIA, Studies in Intelligence, 50, no. 4 (December 2006), p.137-149 (https://www.cia.gov/library/center-for-the-study-of-intelligence/csi-publications/csi-studies/studies/vol50no4/using-prediction-markets-to-enhance-us-intelligence-capabilities.html)

10. Surowiecki, J. The Wisdom Of Crowds: Why the Many are Smarter than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations, Doubleday, 2004.

11. http://www.consensuspoint.com/solutions/; www.ideosphere.com

12. http://www.guardian.co.uk/world/2011/sep/18/obama-millionaire-tax-war

13. http://www.hsx.com/security/view/JDEPP.

14. https://www.intrade.com/graphing/jsp/closingPricesForm.jsp?contractId=743474&tradeURL=https://www.intrade.com

15. http://www.thecrimson.com/article/2007/9/14/study-shows-stars-boost-revenue-would/

Дискусия

Глобалната власт – рискове за близкото бъдеще

Георги Найденов*

Калоян Харалампиев*

Резюме: Анализиран е проблемът доколко войните, които американският елит разпалва, създават рискове за близкото бъдеще. Разгледани са рисковете в сферата на световната икономика и политика. Изказва се мнение, че именно войните в Афганистан и Ирак са причина за големия мащаб на световната икономическа криза. Чрез статистически анализ се доказва, че през първото десетилетие на XXI-ви век двете републикански правителства на Буш водят антилиберална политика, увеличавайки колосално военния бюджет. Единствената перспектива за предпазване от нови мащабни икономически кризи е конверсия на американската военна промишленост.

Ключови думи: англосаксонски елит, военен бюджет, правителствени разходи, БВП.

JEL: C11, C22, H56, N42.

Съвременният социално-икономически живот е извънредно динамичен и глобализиран. Поведението и политиката на националните елити в големите национални държави рефлектират и оказват положително или отрицателно влияние върху целият свят. Особено голямо е влиянието на англосаксонските елити и на първо място на американския англосаксонски елит. От осемнадесети век англосаксонският елит е начело на икономическия прогрес и има най-големи заслуги за утвърждаване на капиталистическия начин на производство в глобален мащаб. В момента САЩ са най-голямата световна икономическа сила. Те са и държава с най-голяма военна мощ, качествено превъзхождаща военната сила на другите страни. САЩ имат военни бази по целия свят. През 90-те години – след края на "Студената война", възниква еднополюсен свят начело със САЩ. Но в началото на XXI-ви век се очертава тенденция към възникване на многополюсен свят. Големият икономически възход на Китай и другите страни от БРИК подронва икономическата и политическата доминация на САЩ. Успоредно с това нараства и военната агресивност на САЩ. Американският англосаксонски елит не крие своя стремеж към установяване и задържане на планетарна власт, използвайки военната си доминация. Създава ли това поведение рискове за развитието на човечеството? Според нас

* Георги Найденов е доктор на социологическите науки, професор в катедра "Публична администрация и регионално развитие", e-mail: naidenov@tu-sofia.bg

* Калоян Харалампиев е доктор, доцент в катедра „Социология" на СУ „Св. Климент Охридски", e-mail: k_haralampiev@hotmail.com

– да! Агресивността на англосаксонските елити и, на първо място, на американския елит, се подценяват като рисков фактор от обществените науки, в частност и от българските обществени науки.

1. Защо след Втората световна война англосаксонският елит, за разлика от европейския елит, защитава икономическите и политическите си интереси чрез войни?

1.1. След Втората световна война англосаксонските елити и западноевропейските елити имат различен манталитет и различно поведение в защитата на националните си икономически интереси. Колосалните мъки, страдания, жертви, разрушения и пр. в Европа, която е основен "терен" на Втората световна война, а преди това и на Първата световна война, създават нагласа в европейските елити и в европейското обществено съзнание, че конкуренцията и съперничеството между националните капитали, трябва да се решава не чрез войни, а по мирен път. Тази нагласа се засилва още повече след разпада на колониалната система. Засилва се и от факта, че двете държави, основни инициатори на Втората световна война – Германия и Япония, с огромни загуби на население, инфраструктура и пр. в резултат на нея, след войната постигат забележителни икономически и социални успехи без да "разширяват жизненото си пространство" – тоест в мирна, а не във военна конкуренция с другите национални капитали, каквато е нагласата им преди Първата и Втората световни войни. Не така възприемат, обаче, резултатите на войната англосаксонските елити и англосаксонското обществено съзнание. На територията на англосаксонските страни – САЩ, Англия, Австралия, Канада и Нова Зеландия, и през двете войни не е стъпвал крак на чужд завоевател. На техните територии не са се водели военни действия. Въпреки жертвите и загубите от войните, въпреки бомбардировките над Англия, англосаксонските елити излизат с повишено самочувствие от тези войни. За разлика от европейските елити, англосаксонските елити приемат войната като естествено средство за постигане на икономическите си цели. Тези нагласи на англосаксонските елити се засилват поради още следните обстоятелства.

1.2. След краха на колониалната система на империализма – крах, за който съдейства американският елит, същият този елит измества английския елит като лидер в англосаксонския свят и бившите английски колонии. Причините за това са много. Най-съществената е, че още в началото на XX век САЩ стават най-силната световна икономика. А по време на световната икономическа криза 1929-1933 година центърът на международната търговия се премества от Англия в САЩ[1]. През втората половина на XX век САЩ става лидер и на целият "Западен" свят. Северноатлантическият военен съюз (НАТО) се превръща в инструмент за **доминация** на американския елит над европейския и другите елити. Постепенно през 80-те години неговото лидерство над европейските елити се превръща във власт, много по-

[1] Общоприето е, че центърът на световната търговия се премества след Втората световна война, но ние сме съгласни с Ф. Бродел, че това става **още по време на световната криза 1929-1933 година.**

добна на отношенията **сюзерен-васал** в средновековна Европа. Тоест, европейските национални елити запазват значителни правомощия във фискалната си политика, в съдопроизводството, в законодателството си и т.н., но те са безусловно задължени да предоставят войски във войните водени от сюзерена – американския елит.

След "нежните" революции в бившите "социалистически" страни, те също попадат във васална зависимост от англосаксонските елити, в частност от американския елит. При това – **доброволно**! Интервюта в българския печат с бивши американски посланици в България от годините на прехода, а и от последните години, показват, че **инициативата** за приемане на американския елит като **сюзерен** е преди всичко на самия български елит, че българските политици и интелектуалци-идеолози са проявявали извънредна **активност** да бъдат приети от американския елит като негови агенти за влияние в България. Чрез васалитета на европейските елити, американският оръжеен, петролен, финансов и наркобизнес поставят, в по-малка или по-голяма степен на зависимост, европейските национални капитали и използват в свой интерес доходите на европейското население. Ако си представим земното кълбо като мрежа от национални капитали, обемността на които се изразява в планински конуси, англосаксонските национални капитали са **Хималаите** на тази карта. А мрежата на зависимите от тях капитали е най-широкото "петно" на земната повърхност. Разбира се има национални капитали, които са отделни "планини" – например китайския, японския, руския и т.н. Но те са **малки** "планини" в сравнение с англосаксонския капитал. **Мащабността** на англосаксонския капитал и широката мрежа на неговото влияние засилва нагласата му и неговата "храброст" да решава проблемите на конкуренцията си с другите национални елити чрез **въоръжено насилие**.

1.3. Друго допълнително обстоятелство, засилващо **агресивността** на англосаксонските елити, е своеобразната "**симбиоза**", която се изгражда след Втората световна война между него и еврейския елит. Широката мрежа за влияние на американския елит и поставянето във васална зависимост на европейските и други елити в голяма степен се дължи на тази симбиоза. Много са предпоставките за възникването на тази симбиоза. Една от тях е, че след като през 1948 година в бившия английски протекторат Палестина възниква нова държава на евреите – Израел, САЩ стават най-важната й външнополитическа опора. Друга е, че в САЩ още по времето на Втората световна война, но особено първите години след нея, емигрират голямо множество евреи. Организациите на американските евреи, имащи значителни икономически, медийни и пр. ресурси, са извънредно силни и успяват да създадат представа в американския англосаксонски елит, че тяхната подкрепа има огромно, дори **решаващо** значение за избирането на президент и изобщо за резултатите в политическите борби. Тези два нови, освен еврейската диаспора в Европа, големи центъра на еврейския икономически, обществен, политически, културен и т.н. живот стават опорни точки на англосаксонския елит в борбата му за световна доминация.

1.4. Друга предпоставка е сходният манталитет и ценностна система на англосаксонския и еврейския елити. Това се дължи на ролята на двата елита в утвърждаването на капиталистическия начин на

производство. Еврейският елит, който от хилядолетия е свързан с търговията, лихварството и, най-общо казано, с развитието на **парично-стоковите отношения**, има най-големи заслуги в ранните фази на утвърждаване на капитализма в Европа, в ранните фази на прехода от просто стоково към капиталистическо производство[2]. Маркс отбелязва, че "Парите са ревнивият бог на Израел, пред който не трябва да съществува никакъв друг бог… Богът на евреите е станал светски, станал е световен бог." (5, стр. 395)

По-късно – от XVIII век досега, англосаксонският елит започва да играе най-важна роля в утвърждаването на капиталистическия начин на производство по целия свят[3]. Сходните социални роли водят и до **сходен манталитет, сходно поведение, сходна ценностна система**. Това прави възможна **симбиозата**[4]. Тъй като от създаването си досега Израел съществува в ту затихваща, ту подновяваща се война с доста арабски държави и терористични ислямски организации, става взаимно **индуциране** на **агресивност** между англосаксонския и еврейския елити. Двата елита взаимно подкрепят агресивните си политики. Например САЩ блокира с гласа си в Съвета за сигурност на ООН решения, осъждащи многобройните военни актове на Израел. Американската и европейската еврейска **диаспора**, от своя страна, изиграват съществена роля за изграждане на неправителствени организации, на мрежа за влияние, чрез които англосаксонският елит поставя във васална зависимост европейските елити, принуждавайки по-голяма част от тях да подкрепят военно, финансово и т.н. неговите войни. Именно мрежата на тези организации става идеологическо оръжие за подкрепата на американските войни по целия свят[5]. Например в България Соломон Паси, който е с кераитски произход[6], непосредствено след превратa на 10.11.1989 година, в качеството си на депутат във Великото народно събрание, на 23 юни 1990 година внася в парламента предложение за присъединяване на България към Организацията на Северноатлантическия договор – НАТО. На 4 април 1991 година той създава неправителствената организация "Атлантически клуб". Активната дейност на тази организация сред българския елит довежда до вкарването на нашата страна във военнополитическия блок НАТО през 2004 година. Членството ни в НАТО има решително значение за поставяне на българския елит във васална зависимост от англосаксонския елит.

[2] В монографията си "Икономическа култура" Бл. Колев анализира дискусията, доколко еврейството има заслуги за възникване на модерния капитализъм в Западна Европа, между М. Вебер и В. Зомбарт. (4, 2008, стр. 30). Тъй като този въпрос изисква специално внимание, тук няма да се спираме на него.

[3] През XVIII век центърът на международната търговия се премества от Амстердам в Лондон, а впоследствие – през първата половина на XX век, в САЩ. Виж Бродел (2, 2005)

[4] Симбиоза, обаче, не означава липса на противоречия и сблъсък на интереси. Между САЩ и Израел не малко пъти е имало обтягане на отношенията, особено при строителството в завзетите арабски територии на заселнически поселища от Израел.

[5] Освен във външнополитически аспект, еврейският елит оказва подкрепа на агресивната политика на англосаксонския елит и във **вътрешен** аспект. Във всички англосаксонски страни, но особено в САЩ, еврейският елит има доминиращи позиции в масмедиите. Чрез тях той много успешно манипулира общественото съзнание в англосаксонските страни в полза на агресивната американска политика.

[6] Използвам термина "кераитски произход" единствено за да означа произход от баща евреин и майка – нееврейка. Религиозният момент на кераизма игнорирам. Впрочем прави впечатление, че американският англосаксонски и еврейският елити използват за рискови политически операции не лица, които са евреи по правото на традиционния юдаизъм, а кераити – в Русия Каспаров е кераит.

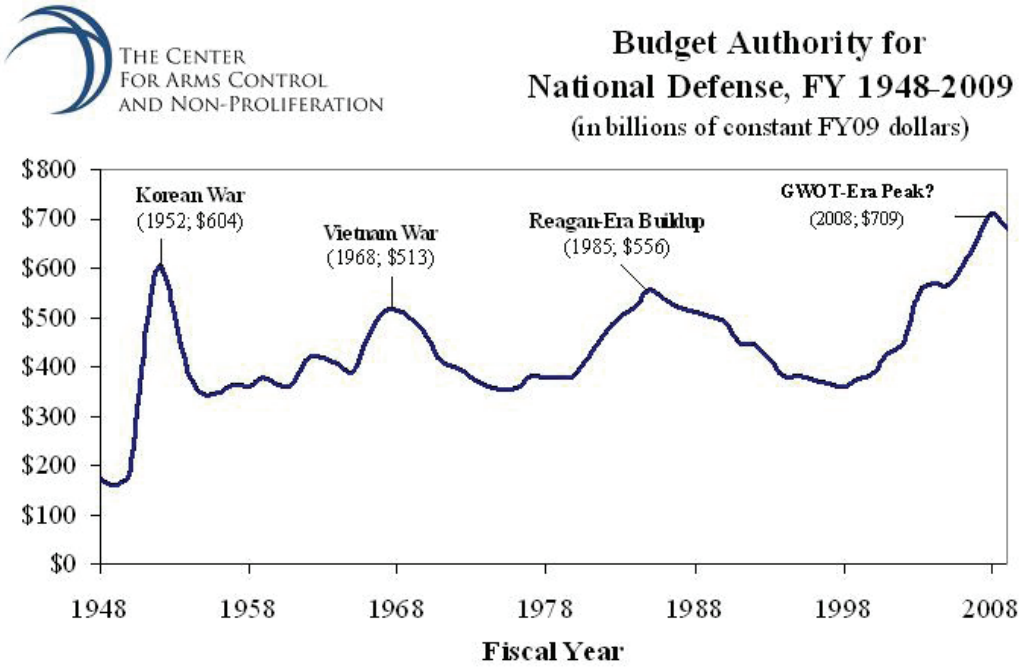
Нашата теза е, че агресивното поведение на англосаксонските елити и на първо място на американския елит създава сериозни икономически и политически **рискове** за развитието на човечеството.

2. Какви икономически рискове крие агресивността на англосаксонските елити?

Използването на **военни действия** като средство в конкуренцията с другите национални бизнеси крие сериозни **икономически** рискове. Войните на САЩ от края на миналото столетие и първото десетилетие на XXI век са една от основните причини за **финансово-икономическа криза** 2008-2010 година[7]. Защо?

2.1. В американския военнопромишлен комплекс изкарва прехраната си близо 1/6 от американското население. **Периодично** се налага натрупаните запаси от оръжия, снаряди, бомби и пр. да се "**изразходят**", за да се получават нови държавни поръчки. Тази "потребност" е напълно в съзвучие с вече разгледаното позитивно отношение на общественото съзнание и на англосаксонския елит за използване на войната, като средство за решаване на икономически, политически и пр. конфликти. Ето защо американският военен бюджет има цикличен характер. Той периодично преминава през периоди на подем, а след това на спад – виж Фигура 1[8].

От представената графика е видно, че от края на XX век и през първото десетиле-



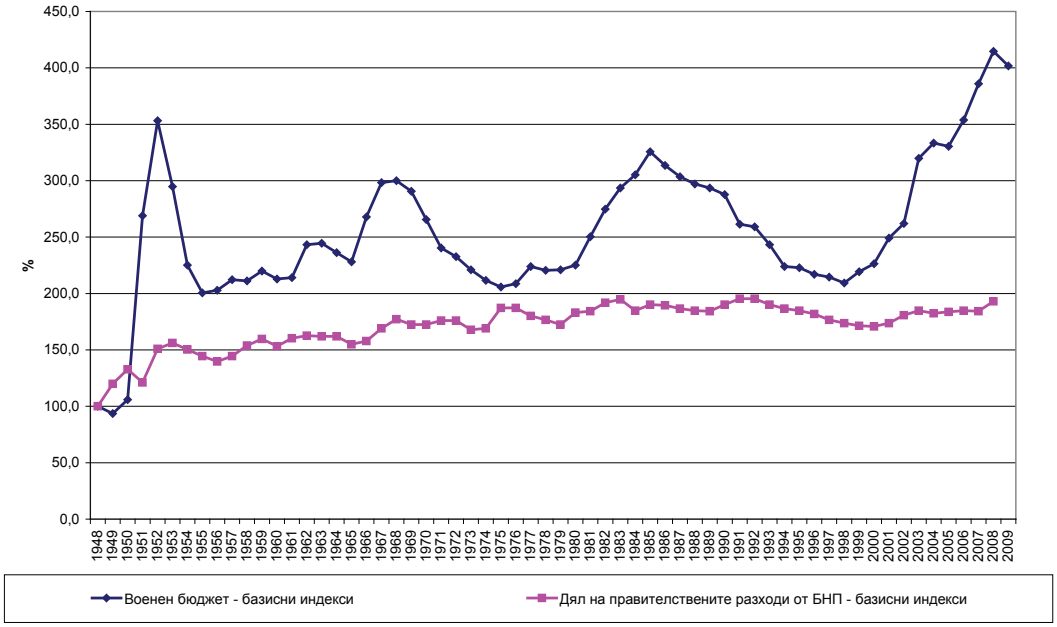
Фигура 1. Военен бюджет на САЩ в съпоставими цени

[7] Тази криза по **мащабността** си е почти равностойна на кризата 1929-1933 година.

[8] Данните за военния бюджет на САЩ са взети от статията на Травис Шарп "Текущите разходи за отбрана на САЩ в сравнение с разходите след 1948 година" (11, 2009). Те се отнасят за периода 1948-2009 година и са в съпоставими цени.

тие на XXI век – до 2008 година, американският военен бюджет се намира в повишителна фаза на своя цикъл. През 1998 година военният бюджет има най-ниската си стойност – 358 милиарда долара. Възлова е 2001 година. След нея започва рязко увеличение на военния бюджет. През 2008 година той е 709 милиарда долара – за десет години се увеличава почти двойно в сравнение с 1998 година (11, 2009, стр. 2). Това "шоково" увеличаване на военния бюджет благоприятства концентрацията на капитала във военната индустрия, в петролния и наркобизнеса[9].

В резултат обаче на тази "шокова" концентрация на капиталите през първото десетилетие на XXI век се **намаляват покупателните възможности на американските данъкоплатци**. Делът на работните заплати в националния доход през 2006 година спада на 51,6% и е значително по-малък отколкото през 2000 година, когато е 54,9% (8, 2007). Приходите на средно домакинство спадат с 0,3% годишно в реални стойности, като най-силно спадат доходите на най-долната една пета от населението. Стига се до значително увеличаване на задлъжнялостта на американските домакинства – през 1998 година тя е 63% от Брутния вътрешен продукт, а през 2007 година скача на 100% (6, 2009, стр. 1, 8). През 2008 година вече всеки десети притежател на ипотечен кредит не може да плаща вноските си в банките. Именно това довежда до **финансовата криза** – тя започва като **ипотечна** криза. След това се превръща в **икономическа криза**.



Фигура 2. Базисни индекси на военния бюджет на САЩ и на дела на правителствените разходи от БНП

[9] Защото за охрана на местните племенни наркобосове в Афганистан се плаща с парите на американските данъкоплатци (и българските), а не с парите на американския национален наркобизнес. Защото охраната на петролопроводите в Ирак също се плаща с парите на американските данъкоплатци (и българските), а не с парите на американските петролни корпорации и пр. По такъв начин американският политически елит спестява колосални производствени разходи на американския петролен и наркобизнес. Тоест, американският петролен и наркобизнес **концентрира** доходи на американските, европейските и пр. данъкоплатци.

2.2. В момента световното обществено мнение и гилдиите на професионалните икономисти, социолози, политолози и т.н. обясняват кризата с дългогодишната "неолиберална" икономическа политика водена от елитите на развитите страни и на първо място от англосаксонските елити[10]. Дали е така? Коя от двете стратегии – на **минимализация** на държавната намеса, което е характерно за либерализма, или обратно – на **максимализация** на държавната намеса, използва управляващата класа в САЩ (водещата световна икономика, от която тръгна кризата) през първото десетилетие на XXI век? Има ли връзка **мащабът** на световната криза с агресивното поведения на англосаксонските елити?

Основен показател за степента на държавна намеса в икономиката е делът на правителствените разходи спрямо БВП. Ето защо сме построили графика на правителствените разходи спрямо БВП за САЩ в периода 1948-2008 година. Насложили сме в една графика динамиката на правителствените разходи спрямо БВП и динамиката на военния бюджет на САЩ – Фигура 2[11].

Дори с "просто око" се виждат две неща:

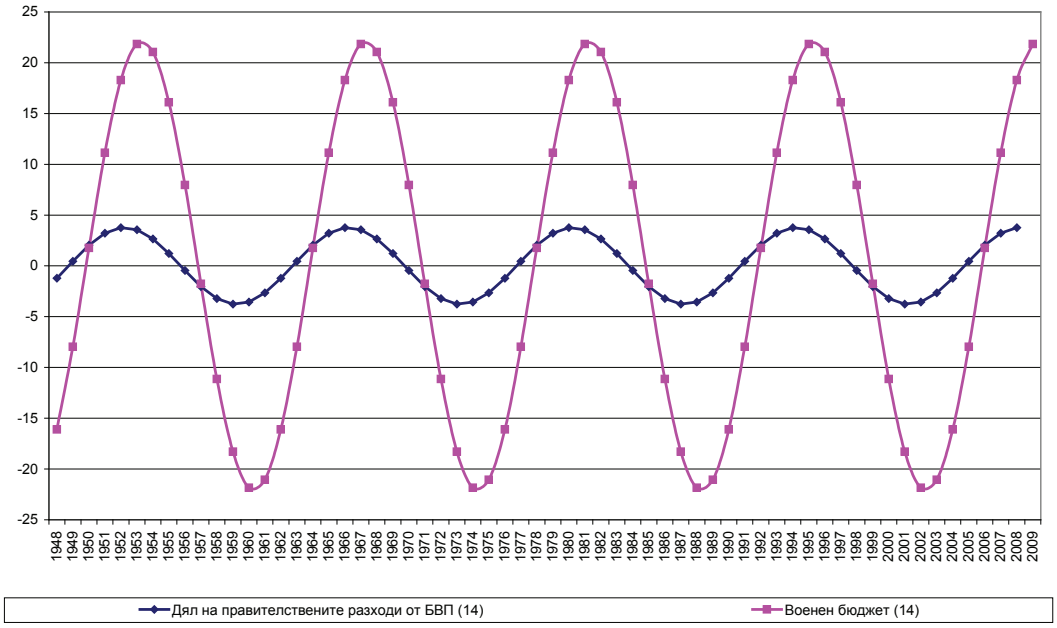
а) Делът на правителствените разходи спрямо БВП през първото десетилетие на XXI век не се намалява, а се увеличава. Тоест, през първото десетилетие на XXI век американските правителства водят не "неолиберална", според общоприетото мнение, а обратно – антилиберална политика. И това е съвсем естествено. Може ли да се увеличава военния бюджет, ако не се увеличава държавната намеса, ако правителството не преразпределя в полза на американския военнопромишлен комплекс все по-голяма част от парите на американските данъкоплатци? Очевидно не! Така че антилибералната политика на американските правителства през първото десетилетие на XXI век е съвсем естествена. Не "неолибералната", а обратно – антилибералната икономическа политика на американските правителства намали покупателните възможности на американците и доведе до ипотечна, а впоследствие до финансова и икономическа криза.

Таблица 1. Открити цикли в двата динамични реда

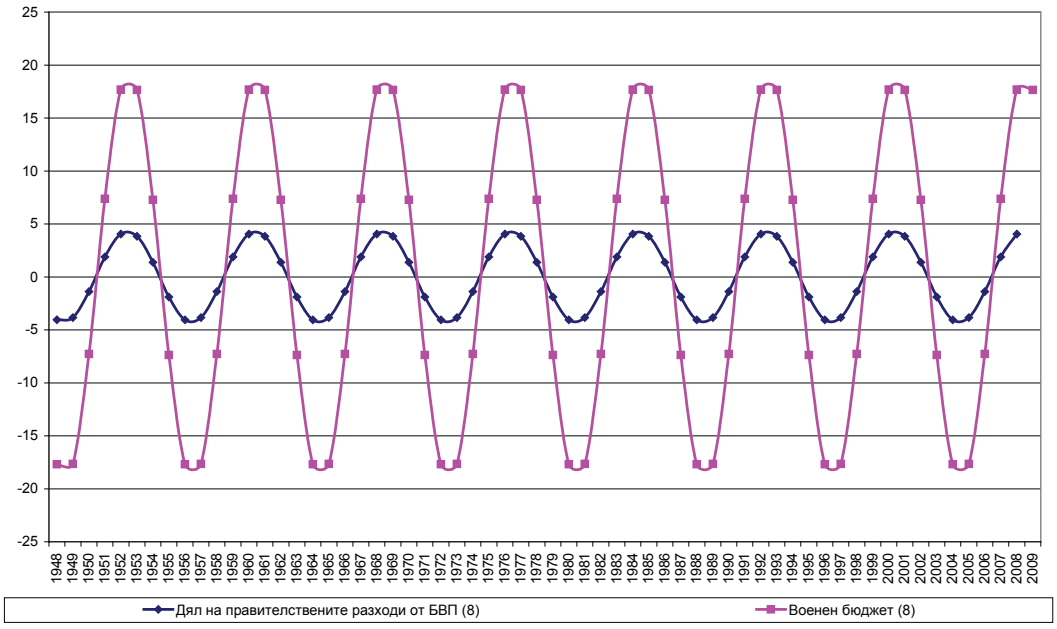
Период	Базисни индекси на военния бюджет	Базисни индекси на дела на правителствените разходи спрямо БВП
24	X	
18	X	
14	X	X
8	X	X

[10] Например Иван Ангелов, разглеждайки причините за световната криза, на второ и трето място от общо осем причини поставя "Сляпата вяра в пазарната саморегулация" и "Отстраняването на държавата от участие в управлението на икономиката" (1, 2010, стр. 31)

[11] За периода 2008-2010 година открихме още един източник за военния бюджет на САЩ в съпоставими цени, т.нар. "Зелена книга" (12, 2009, стр. 6). И според двата източника след 2008 година започва намаляване на военния бюджет. Но според "Зелената книга" това намаляване е по-бавно отколкото според Шарп. Поради разминаването в двата източника, в последващия анализ ще използваме само данните на Шарп. Данните за дела на правителствените разходи от брутния вътрешен продукт (БВП) са взети от сайта "Budget of the United States Government: Historical Tables Fiscal Year 2010" (9, Таблица 15.3) и се отнасят за периода 1948-2008 година. На базата на изходните данни са изчислени базисни индекси при база 1948 година. По-нататък са анализирани именно базисните индекси.



Фигура 3. Открити цикли с период 14 години



Фигура 4. Открити цикли с период 8 години

Друг е въпросът за дефицита на финансова дисциплина и спазване на законите като причина за кризата. Едното и другото може да ги има както при либерална, така и при антилиберална икономическа политика;

б) Динамиката на правителствените разходи спрямо БВП и динамиката на военния бюджет в голяма степен имат еднакъв ритъм. Тук вече трябва да "въоръжим" нашият поглед с инструментариума на статистиката. Използваме бейсовски спектрален анализ, описан в статията "Cyclic Recurrence of Foodstuffs and Non-foodstuffs Price Level in Bulgaria during XX Century" (10, 2007).

Откритите цикли в динамиката на двата времеви реда са представени в таблица 1.

От таблицата е видно, че в динамиката на военния бюджет има четири вида цикличност – с дължина на вълната 24; 18; 14; и 8 години. В динамиката на дела на правителствените разходи спрямо БВП има два вида цикличност – с дължина на вълната 14 и 8 години. Фактът на съвпадане на дължината на вълната и на двата вида цикличност на дела на правителствените разходи спрямо БВП и на два от четирите вида цикличност на военния бюджет е красноречиво доказателство за връзката между динамиките на двата показателя. Има ли **синхронност** в тази динамика?

Циклите с еднакви периоди са показани графично на фигури 3 и 4. От двете графики се вижда, че има синхронност в цикличността на правителствените разходи и динамиката на военния бюджет. При вълните с дължина 14 години динамиката на дела на правителствените разходи предхожда с една година динамиката на военния бюджет[12]. При вълните с дължина 8 години динамиката на дела на правителствените разходи се синхронизира напълно с динамиката на военния бюджет[13].

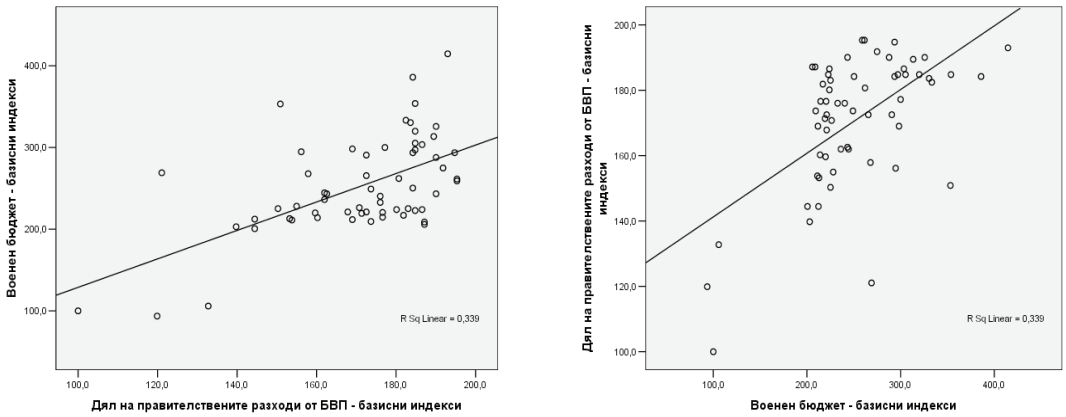
Двата факта, които установихме – съвпадане на дължината на вълните и синхронността на двата вида динамики доказват връзката и взаимодействието между динамиката на военния бюджет и динамиката на правителствените разходи спрямо БВП. Но каква е тази връзка и взаимодействие?

Възможни са няколко хипотези:

а) Динамиката на военния бюджет е факторът който оказва решаваща роля върху динамиката на правителствените разходи спрямо брутния вътрешен продукт. Повишителната вълна на военния бюджет неизбежно води до повишителна вълна на правителствените разходи в БВП. Когато "обществената тежест" на военните разходи стане непоносима за икономиката и населението, започва намаляване (период на спад) на военния бюджет. И съответно започва низходящата фаза на правителствените разходи в БВП. Това, че динамиката на дела на правителствените разходи предхожда с една година динами-

[12] Когато има цикли с един и същи период, динамиката на явлението, което следва във времето, може да се изрази като функция на динамиката на явлението, което предшества във времето. В случая за цикъла с период 14 години може да се запише, че $f''(t) = 5{,}8.f'(t-1{,}1)$, където с $f''(t)$ е отбелязан цикълът на базисните индекси на военния бюджет, а с $f'(t)$ е отбелязан цикълът на базисните индекси на дела на правителствените разходи спрямо БВП. Това означава, че при четиринадесетгодишния цикъл изменението на военния бюджет през конкретна година е 5,8 пъти по-голямо от изменението на дела на правителствените разходи спрямо БВП през предходната година.

[13] В случая за цикъла с период 8 години $f''(t) = 4{,}5.f'(t-0{,}1)$. Това означава, че при осемгодишния цикъл изменението на военния бюджет през конкретна година е 4,5 пъти по-голямо от изменението на дела на правителствените разходи спрямо БВП през същата година.



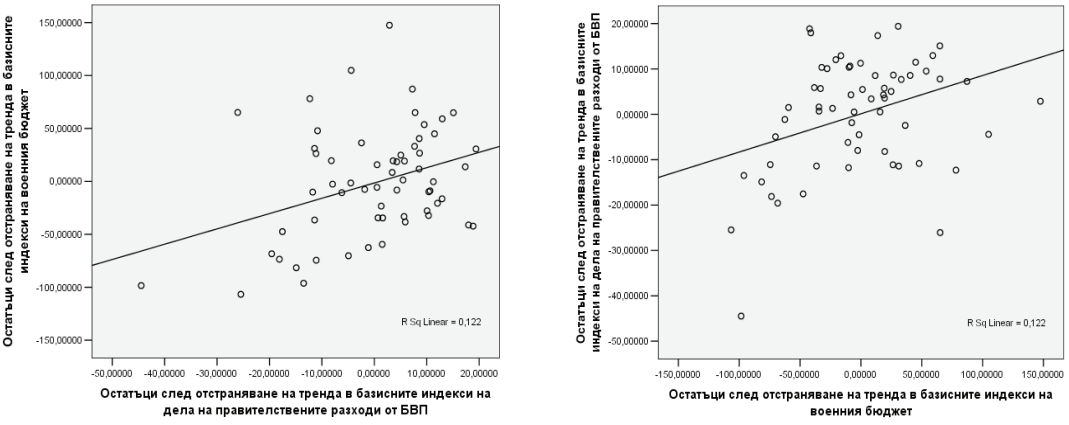
Фигура 5. Връзка между базисните индекси на военния бюджет и дела на правителствените разходи спрямо БВП

ката на военния бюджет, не опровергава хипотезата, тъй като това своеобразно "изпреварване" на динамиката на дела на правителствените разходи се дължи на предварителната лобистка дейност на политическите агенти на американския военнопромишлен комплекс;

б) Взаимното влияние между двата процеса е равностойно;

в) Динамиката на правителствените разходи спрямо брутния вътрешен продукт е факторът, който оказва решаваща роля върху динамиката на военния бюджет. Повишителната вълна на дела на правителствените разходи спрямо БВП неизбежно води до повишителна вълна на военния бюджет. И обратно – нисходящата вълна на правителствените разходи в БВП води до низходяща вълна на военния бюджет. Фактът, че при 14-годишния цикъл динамиката на дела на правителствените разходи предхожда с една година динамиката на военния бюджет е показателен за сериозността на тази теза.

За да измерим количествените параме-



Фигура 6. Връзка между базисните индекси на военния бюджет и дела на правителствените разходи спрямо БВП след отстраняване на тренда в изходните динамични редове

три на взаимодействието между военния бюджет и дела на правителствените разходи спрямо БВП, използваме регресионен

и корелационен анализ. Изследваме два регресионни модела, при които двата процеса – динамиката на правителствените разходи спрямо брутния вътрешен продукт и динамиката на военния бюджет, си разменят местата на фактор и резултат.

Изследването показва, че:

а) Двете явления се изменят еднопосочно – когато едното нараства, и другото също се увеличава;

б) Връзката между двата процеса е умерена – 0,339 (Този коефициент на определеност показва, че 33,9% от различията в едното явление се обясняват с другото. Коефициентът на определеност е еднакъв независимо кой признак е фактор и кой е резултат, т.е. взаимното влияние между двата процеса е равностойно).

Тук обаче има следният проблем – връзката между двата признака може да се изследва по посочения начин само ако в двата динамични реда няма тренд. Проверката за наличие на тренд са прави чрез коефициента на автокорелация (3, 1991, стр. 194-195).

В нашия случай и в двата динамични реда се наблюдава автокорелация. Това означава, че вместо изходните данни в регресионните модели трябва да участват остатъците след отстраняването на тренда (3, 1991, стр. 196).

След отстраняването на тренда в двата динамични реда силата на връзката намалява (коефициентът на определеност спада почти тройно – от 0,339 на 0,122). Това второ изследване потвърждава верността на хипотезата за равностойността на взаимодействието. Но връзката между двата процеса вече не може да се тълкува като умерена, а обратно – като слаба.

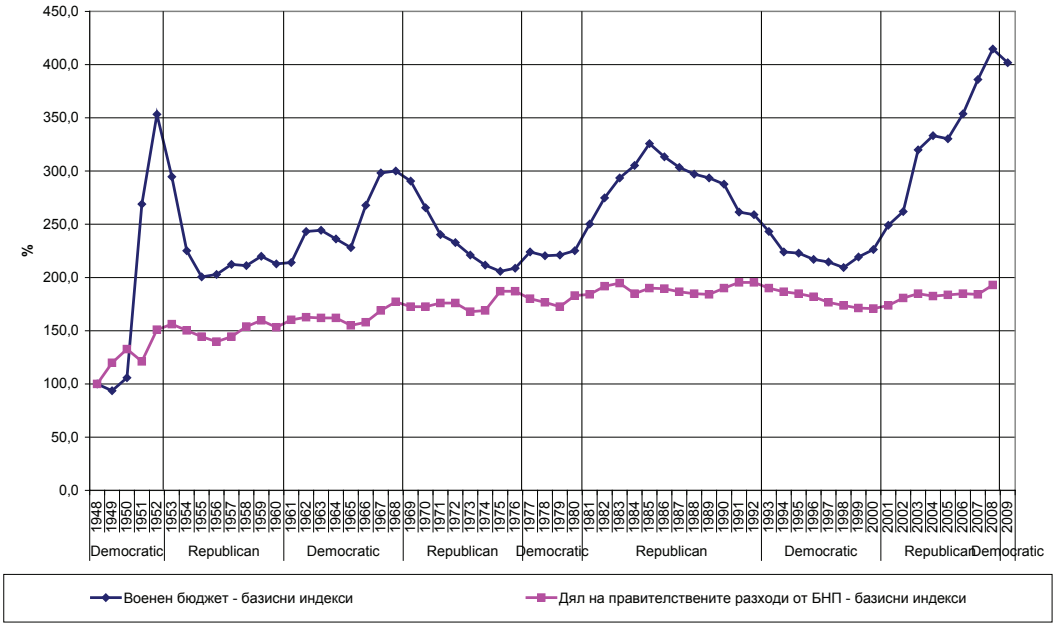
В заключение можем да кажем следното за резултатите на регресионния анализ. Той достатъчно категорично потвърждава верността на хипотезата за равностойността на взаимодействието между динамиката на военния бюджет и на дела на правителствените разходи спрямо БВП. При изследването – без отстраняване на тренда, връзката между двата процеса е умерена, а при изследване с отстраняване на тренда е слаба.

2.3. Мащабите на сегашната икономическа криза в голяма степен се дължат на агресивното поведение на англосаксонските елити в защита на икономическите интереси на американския военен, нарко- и петролен бизнеси[14]. Рисковете, които създава агресивността на американския елит, продължават да съществуват и могат да доведат до второ дъно на кризата. Защо?

Защото след като стига своя връх през 2008 година, за разлика от предходните пикове (1952, 1968, 1985 година), военният бюджет започва да намалява твърде "плахо". Демократите печелят президентските избори с **антивоенни** лозунги и Б. Обама става президент. Но неговото правителство не води **убедителна** политика за прекратяване на водените от САЩ войни. Нещо повече, това правителство разпалва още една война – в Либия. А това е **рисково**. Първо, защото не се знаеше колко време ще да продължи войната и какъв режим ще се установи в Либия. Второ, защото това са допълнителни финансови тежести за американския и европейския данъкоплатец.

[14] Подчертаваме "мащабите", защото кризата сама по себе си е **естествена** за периода, в който се намира световната икономика (период на преместване на центъра на световната търговия от САЩ в Китай). Агресивността на англосаксонските елити и в частност на американския елит усилва кризата и увеличава нейния **мащаб**.

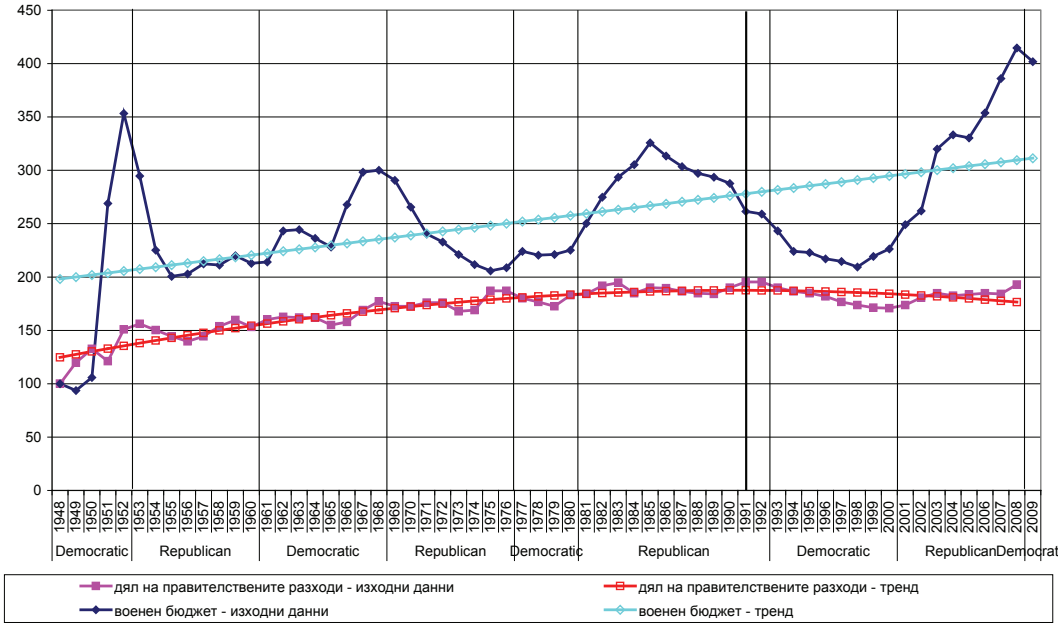
2.4. Тази неубедителна антивоенна политика на правителството на Б. Обама води до **рискова** икономическа политика. Излизането от рецесия чрез наливане на 700 млрд. долара в заплашените от банкрут банки не е решение на проблема. Този подход неизбежно създава рискове от **неконтролирана** инфлация. От една страна, печатайки долари, американското правителство обезценява своите и на американския бизнес задължения към други държави и чуждестранни бизнеси, притежаващи големи валутни резерви в долари (например Китай). Така че, макар и рискувайки да "изпусне юздите" на инфлацията, в известна степен то "стабилизира" икономическото статукво на американската икономика[15]. Но, от друга страна, вълните на американската **инфлация** се разпространяват по целия свят и създават несигурност в световната икономика. Гигантското **прахосване** от страна на американския елит на овеществен човешки труд във водене на войни продължава. Ежедневно през първото десетилетие на XXI век трудът на американските данъкоплатци се "**взривява**" във въздуха в буквалния смисъл на думата[16]. **Диспропорцията** между паричната маса и стоковия фонд неминуемо се задълбочава и е много вероятно да предизвика **второ дъно** на кризата. Очевидно е, че единствено **конверсия** на американския военнопромишлен комплекс може да гарантира намаляване на



Фигура 7. Базисни индекси на военния бюджет на САЩ и на дела на правителствените разходи от БНП спрямо президентските мандати на републиканци и демократи

[15] Свидетели сме колко краткотрайно е това "стабилизиране". През месец юли 2011 година в публичното пространство все по-упорито се коментираше перспективата американското правителство да обяви фалит (7, 2011, стр. 23).

[16] Според Института за международни проучвания "Уотсън" за този период преките разходи за войните струват на американските данъкоплатци 1,3 трилиона долара. Заедно с непреките, унищоженият труд на американското гражданство е на стойност между 3,7-4,4 трилиона долара. (в."Труд", 30.06.2011 г., стр.29) Убедени сме, че американският елит може да прехвърля върху американските данъкоплатци производствените разходи на своя петролен и наркобизнес по много по-евтин начин, отколкото настоящия – чрез войни.



Фигура 8. Тренд на военния бюджет и на дела на правителствените разходи спрямо БВП

мащабите на световните кризи.

3. Какви политически рискове крие агресивността на англосаксонския елит?

3.1. Най-напред ще разгледаме какво влияние оказва върху динамиката на военния бюджет и дела правителствените разходи спрямо БВП видът управление в САЩ. Тоест, отразява ли се върху тази динамика коя от двете основни партии в САЩ – републиканци и демократи, в даден период е на власт? Този въпрос е уместен още повече, ако се обърне внимание на факта, че надали цикълът с период 8 години на двата показателя е случаен, тъй като през разглеждания период често американските президенти са управлявали по два мандата, т.е. точно по 8 години. Затова е интересно да се наложи динамиката на военния бюджет и на дела на правителствените разходи спрямо БВП върху периодите на управление на републиканците и демократите и да се установи какво е влиянието върху тази динамика на двете партии.

Данните за периодите на управление на Републиканската и Демократическата партия в САЩ са взети от Уикипедия (13).

Най-напред ще изследваме какъв е трендът на динамиката на военния бюджет и на дела на правителствените разходи спрямо БВП? Ще разгледаме има ли разлика в политиката на републиканците и демократите относно военния бюджет и дела на правителствените разходи спрямо БВП и дали се изменя тази политика във времето?

Видно е, че:

а) При военния бюджет трендът е изцяло възходящ. Тоест управляващата класа като цяло подкрепя политика на увеличаване на военния бюджет;

б) При дела на правителствените разходи спрямо БВП от 1948 до 1991 година се наблюдава нарастване, а след тази година

започва намаляване. Тоест в динамиката на дела на правителствените разходи спрямо БВП има два периода: 1. от 1948 до 1991 година, когато управляващият елит увеличава преразпределителните функции на държавата – с други думи, като цяло води антилиберална икономическа политика; 2. от 1991 до 2008 година, когато като цяло води либерална икономическа политика.

От Фигура 8 обаче е видно още, че през първото десетилетие на XXI век, когато два мандата последователно на власт са републиканците (президент Буш-младши), и двата показателя – военният бюджет и делът на правителствените разходи спрямо БВП се увеличават. Тоест политиката на републиканците два мандата е противоположна на тренда през тази фаза – от 1991 година до сега. Ето защо, за да оценим по-прецизно политиката на двата вида управление ще изчислим времетраенето на повишителните и понижителните фази на циклите, общи за двата показателя, а именно на 14-годишните и 8-годишните цикли в двата периода – от 1948 до 1991 година и от 1991 до 2009 година, при двата вида управление – на републиканци и демократи. Изчисляваме периодите на повишение и понижение средно за една година в двата периода – виж таблица 2.

Какво ни показват резултатите?

3.2. А) Политика на републиканци и демократи относно **военния бюджет** при **14**-годишния цикъл:

1. Политиката на републиканци и демократи относно военния бюджет в периода от 1948 до 1991 година е **коренно различна**. Основен принос за **възходящата** динамика на военния бюджет имат **демократите**. Средногодишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,13:0,01. Тоест повишението 13 пъти надвишава понижението. Републиканците водят точно обратната политика – те се стремят да **намаляват** военния бюджет. Средногодишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,04:0,11. Тоест понижението при тях 2,8 пъти надвишава повишението. Тяхната политика на понижаване на военния бюджет е неколкократно по-слаба от политиката на демократите за неговото повишаване и затова в този период общата

Таблица 2. Повишителни и понижителни вълни в откритите цикли, преизчислени към една година от мандата

Периоди	Мандати	14-годишен цикъл		8-годишен цикъл	
		Повишаване	Понижаване	Повишаване	Понижаване
		Военен бюджет			
1948 – 1991 година	Републиканци	0,04	0,11	0,14	0,11
	Демократи	0,13	0,01	0,13	0,13
1991 – 2009 година	Републиканци	0,11	0,03	0,14	0,11
	Демократи	0,06	0,08	0,11	0,14
		Дял на правителствените разходи спрямо БВП			
1948 – 1991 година	Републиканци	0,04	0,10	0,14	0,11
	Демократи	0,13	0,02	0,13	0,13
1991 – 2008 година	Републиканци	0,13	0,02	0,14	0,11
	Демократи	0,03	0,10	0,11	0,11

динамика е увеличаване на военния бюджет.

2. В следващия период – от 1991 до 2009 година двете партии коренно **преобръщат** своята политика. В този период републиканците, за разлика от предходния период, водят политика на **увеличение**, а не на **намаление** на военния бюджет. Средногодишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,11:0,03. Тоест повишението 3,7 пъти надвишава понижението. Демократите "следват" примера на републиканците – те също преобръщат своята политика. За разлика от предходния период, те се стремят да **намаляват** военния бюджет. Средногодишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,06:0,08. Тоест понижението при тях 1,3 пъти надвишава повишението. И то не може да "компенсира" силната и последователна политика на републиканците за увеличаване на военния бюджет и общата динамика си остава възходяща.

Б) Политика на републиканци и демократи относно **военния бюджет** при **8**-годишния цикъл:

1. Разликите в политиката на републиканци и демократи при 8-годишния цикъл в периода 1948-1991 година не са толкова съществени като при 14-годишния цикъл. Времетраенето на повишителните и понижителните фази на демократите е абсолютно еднакво – 0,13. При републиканците повишителната фаза превишава понижителната в отношение 0,14:0,11. Тоест няма тези големи и контрастни разлики като при 14-годишния цикъл[17].

2. Същото е вярно и за периода от 1991 до 2009 година. При републиканците повишителната фаза превишава понижителната в същото отношение като в предходния период – 0,14:0,11. При демократите времетраенето на повишителните и понижителните фази е 0,11:0,14. Тоест пак има разлики в политиката на републиканци и демократи относно военния бюджет, но те далеч не са толкова съществени и контрастни, както при 14-годишния цикъл.

3.3. А) Политика на републиканци и демократи относно **дела на правителствените разходи спрямо БВП** при **14**-годишния цикъл:

1. Политиката на републиканци и демократи относно дяла на правителствените разходи спрямо БВП от 1948 до 1991 година е **коренно различна**. Основен принос за възходящата динамика на правителствените разходи спрямо БВП отново, както и при военния бюджет, имат **демократите**. Те водят ярко изразена **антилиберална** политика. Средногодишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,13:0,02. Тоест повишението 6,5 пъти надвишава понижението. Републиканците, както и при военния бюджет, водят точно обратната политика – те се стремят да **намаляват** правителствените разходи спрямо БВП. Тяхната политика е подчертано **либерална** – средногодишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,04:0,10. Тоест понижението при тях 2,5 пъти надвишава повишението. И въпреки че понижението в този случай превишава съществено повишението, то не може да "компенсира" значително по-силната антилиберална политика на демократите и затова в този период общата динамика е възходяща.

2. В следващия период – от 1991 до 2009 година двете партии коренно **преобръщат** своята политика. В този период републиканците, за разлика от предходния период, водят политика на **увеличение**, а не на **намаление** на правителствените разходи спрямо БВП. Тоест в този период те водят **антилиберална** политика – средно-

[17] Заслужава обаче да се отбележи, че в този период при 8-годишния цикъл се установява различна – обратна политика, на републиканците в сравнение с 14-годишния цикъл.

годишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,13:0,02. Тоест повишението 6,5 пъти надвишава понижението. Демократите "следват" примера на републиканците – те също преобръщат своята политика. За разлика от предходния период, те се стремят да **намаляват** правителствените разходи спрямо БВП. В този период те водят **либерална** политика – средногодишното повишение спрямо средногодишното понижение при тяхното управление е 0,03:0,10. Тоест понижението при тях 3,3 пъти надвишава понижението. В този случай тяхната либерална политика "компенсира" антилибералната политика на републиканците и общата динамика става низходяща.

Б) Политика на републиканци и демократи относно **правителствените разходи спрямо** БВП при **8**-годишния цикъл:

1. Съотношенията в повишителните и понижителните средногодишни стойности в политиката на републиканци и демократи при 8-годишния цикъл и в двата периода са абсолютно идентични на стойностите при 8-годишния цикъл на военния бюджет. В периода 1948-1991 година времетраенето на повишителните и понижителните фази на демократите е абсолютно еднакво – 0,13. При републиканците повишителната фаза превишава понижителната в отношение 0,14:0,11. Тоест няма тези големи и контрастни разлики като при 14-годишния цикъл[18]. И тъй като републиканците водят антилиберална политика, а демократите "неутрална", то в този период общата динамика е възходяща.

2. В периода от 1991 до 2009 година при републиканците повишителната фаза превишава понижителната в същото отношение като в предходния период – 0,14:0,11. При демократите времетраенето на повишителните и понижителните фази е 0,11:0,11. Тоест пак има разлика в политиката на републиканци и демократи относно дела на правителствените разходи спрямо БВП, но те далеч не са толкова съществени и контрастни, както при 14-годишния цикъл. В този случай либералната политика на демократите "компенсира" антилибералната политика на републиканците и общата динамика става низходяща.

Но, както вече отбелязахме, през първото десетилетие на XXI век антилибералната политика на две последователни републикански правителства доведе до голяма мащабност на световната икономическа криза. Така че в момента актуалният въпрос е **пречупване** на антилибералната политика, започната от републиканците през първото десетилетие на XXI век, а не обратното – подържане и засилване на тази политика, към което тласкат правителството на демократа Обама общественото мнение и професионалните гилдии на икономисти, социолози, политолози и пр. Защо? Защото сегашната икономическа политика има своята "инерционност" и може в близко бъдеще да промени низходящия тренд. А трендът на намаляване на правителствените разходи спрямо БВП от 1991 година трябва да се запази, а не да се измени. В момента делът на правителствените разходи спрямо БВП е значително по-висок от изходната година – 1948. При това трябва да се има предвид, че тази година – 1948, е скоро след Втората световна война, а преразпределителните функции на държавата в икономиката в този период са много високи. Така че пак ще повторим – не отказ от хипотетичен икономическия либерализъм, а напротив – промяна на антилибералната политика, започната от двете републикански правителства през първото десетилетие на XXI век, е именно нужната за намаляване на мащабите на иначе неизбежните за

[18] Тук също трябва да отбележим, че в този период се установява различна – обратна политика, на републиканците в сравнение с 14-годишния цикъл.

капиталистическия начин на производство и особено за сегашния етап кризи. Но, за да стане това, е необходимо да се променят агресивните нагласи на англосаксонските елити и, на първо място – на американския елит. Необходимо е да се осъзнае от общественото мнение и професионалните гилдии на икономисти, социолози, политолози и пр., че прахосването на човешки труд – жив и овеществен, от военнопромишления комплекс на САЩ през втората половина на XX и първото десетилетие на XXI век е силно рисков фактор за американското и световното икономическо развитие. То е и причина за големия мащаб на световната икономическа криза от 2008-2010 година. Общественото мнение и професионалните гилдии на икономистите, социолозите и пр. трябва да оказват натиск върху англосаксонските елити и в частност върху американския елит за **либерализация** на тяхната икономическа политика и **конверсия** на американското военнопромишлено производство. Това е единственият начин да се тушират рисковете от нови войни и мащабни световни кризи.

3.4. Агресивната политика на англосаксонския елит има и международни измерения. Тя създава **напрежение** между него и **европейския** елит. Европейският елит безрезервно подкрепя интересите на американския военнопромишлен комплекс, на американския петролен и наркобизнес, включително и **изтъквайки** в тяхна полза от данъците на своите граждани. Световната икономическа криза обаче **променя** нещата. Парите на европейските данъкоплатци не стигат, за да се "кърпят" всички дупки. Ето защо Ангела Меркел отказва на американската корпорация "Дженерал мотърс" да налее в нейните "джобове" от парите на германските данъкоплатци. Някои европейски страни изтеглят военните си контингенти от Ирак и отказват да харчат парите на своите данъкоплатци в Афганистан. Нещо повече! А. Меркел си позволява да повдигне въпроса пред американския елит, че покровителството на американските служби над косовските големи наркотрафиканти и пречките, които американските военни създават на германските служби да се занимават с косовската мрежа на наркоканали към Германия, вече е **неприемлива** за германското правителство, защото то преценява двойното увеличение на потребление на наркотици в Германия за **рисково** за страната.

3.5. Агресивността на англосаксонския и в частност на американския елит създава сериозни напрежения в отношенията на САЩ и **Русия**, чиято ядрена мощ е съизмерима с американската. Капиталът не търпи национални граници. Гигантските невъзобновяеми и особено **възобновяеми** природни ресурси на Русия – дървесина и сладководна вода, са **неустоимо привлекателни** за най-могъщите световни капитали. Ето защо англосаксонският елит се стреми да постави във васална зависимост **обкръжаващите** Русия страни – например бившите "социалистически" страни от Централна и Източна Европа, Средноазиатските страни, Украйна, Грузия и пр. Чрез враждебната към Русия политика на местните елити и чрез американските военни бази се оказва натиск за отстъпки върху руския елит, оказва се натиск американските корпорации да бъдат допуснати за експлоатация на огромните невъзобновяеми и възобновяеми природни ресурси на Русия. Една от най-важните стъпки в засилване на натиска е дислоциране на **"противоракетна система"** в европейските страни, граничещи с Русия. В България също ще се дислоцират елементи

[19] По време на Втората световна война нашият политически елит "на майтап" обявява война на САЩ и Англия. На "майтап" предоставя българската територия и ресурси на Германия за войната ѝ срещу СССР. Впоследствие с "изненада" установява, че обектите на нашата агресия – САЩ, Англия и СССР, не разбират нашия "майтап".

на тази "противоракетна" система. Това създава **нови – значителни рискове,** за сигурността на нашата държава. Защо?

3.6. Защото ставаме непосредствена цел на руските стратегически ядрени сили. А това не е "**шега работа**". Сегашният български елит за съжаление продължава една вековна традиция на българските политици. Те с "лека ръка", "**на майтап**" започват агресивни войни, считайки, че нашите "врагове" също ще възприемат "на майтап" нашата агресия. Например след Балканската война българският политически елит има нагласа, че ние сме "много страшни", и ако нападнем бившите си съюзници, те ще се "осъзнаят", ще се "стреснат" и ще ни отстъпят спорните територии. Нашите политици нападат бившите ни съюзници "**на майтап**", колкото те да се "осъзнаят". Но се оказва, че бившите ни съюзници съвсем не "на майтап" възприемат нашата агресия. Всеки знае какви са трагичните резултати и националната катастрофа от "майтапчийството" на българския политически елит в разпалването на Междусъюзническата война. Същото се повтаря през Първата световна война. Същото се повтаря и през Втората световна война[19]. Резултатите от "майтапчийството" на българския политически елит са безкрайни мъки, глад, мизерия, човешки жертви и национални катастрофи. И сега наследниците на бившия "майтапчийски" политически елит се възмущават защо е имало "Народен съд"! Имало е Народен съд, защото стремежът на новия политически елит, ядро на който е комунистическият елит, да укрепи властта си, се е опирал на широко обществено мнение, отказващо да приеме "на майтап" преживените многогодишни мъки, глад, мизерия, жертви и т.н.[20] Нещата се повтарят и сега. Сегашните политици "на майтап" ни вкараха в агресивния блок НАТО, на "майтап" нашите войски участват вече в няколко ужасни войни, на "майтап" участваме в прикритата война срещу Русия. Дали обектите на нашата агресия този път ще разберат нашето "майтапчийство", не знаем. Но не изключваме участието ни в агресивни войни пак да доведе до национална катастрофа. Дано да бъркаме!

Послесловие

Този текст е предаден в редколегията на сп. "Икономически алтернативи" в края на юли 2011 година. Но още в началото на август същата година започва дълговата криза на САЩ, която поставя на "нокти" целия свят. Нашите лоши опасения се сбъднаха. Ето защо, със съгласието на редколегията, прибавяме това "Послесловие". В него накратко фиксираме какви нови моменти възникнаха в резултат на дълговата криза.

Дълговата криза експлицира следните факти:

1. Печатането на долари за "спасяване" на американската банкова система не е достатъчно за "измъкване" от кризата. И това е естествено – взривеният овеществен човешки труд неколкократно надвишава по стойност напечатаните долари. Ето защо – след дълги "пазарлъци", демократи и републиканци се разбраха да се напечатат допълнително между 2,1 и 2,4 трилиона долара на три етапа до 2013 година. Заедно с предходните суми, това количество напечатани долари вече е съизмеримо със стойността на взривения човешки труд.

2. Икономистите вече започнаха да се "досещат", че икономическата политика на американския елит води до "задънена улица". Все по-често са изказванията, че увеличаването на дефицита (който впрочем с новата вълна на напечатани долари над-

[20] Друг е въпросът – имало ли е по-добър вариант. Трудно е да се отговори. По-добър ли е например сръбският вариант? Цената на доблестта и жертвоготовността на сръбския народ и елит им струва 2 милиона жертви. Това ли е по-добрия вариант?

хвърли БВП на САЩ за 2010 година) увеличава съществено предпоставките за опасна вълна на инфлация и нова рецесия, тоест второ дъно на световната криза.

3. Китайският и руският елити (Китай е най-засегнат от американска политика, защото притежава най-голяма сума – 1,2 трилиона долара, американски държавни облигации, а Русия е основен обект на американска агресия) ясно декларираха несъгласието си светът да плаща американската бруталност. Китайската информационна агенция Синхуа разпространи следното съобщение в световното публично пространство: "След разпада на Съветския съюз САЩ останаха единствената супердържава, която продължава да укрепва военната си мощ, без да мисли за колосалната цена на това. Вашингтон продължава да се намесва в международната политика, да разпространява своята хегемония без оглед на това дали икономиката на страната може да си го позволи. Пример за това са военните операции в Афганистан и Ирак. И ето, че дойде време САЩ, сблъскали се с икономически сътресения, да помислят за своята деспотична политика и своите постъпки."[21]

4. Не по малко остър е и Путин. Той обвинява САЩ, че живеят "като паразит" върху световната икономика. "Те (американците) живеят на кредит, над възможностите си и прехвърлят част от тежестта (на дълга си) върху световната икономика. Съединените щати паразитират върху световната икономика, използвайки монополното положение на долара."[22]

Да се надяваме, че осмислянето на рисковете за световната икономика и международните отношения от агресивността на англосаксонските елити ще окаже някакво влияние върху американската политика! Защото в обратния случай перспективите са твърде, твърде мрачни.

Литература:

1. Ангелов, И., Световната икономическа криза и България, (2010) В: "Световната криза и икономическото развитие", Сборник доклади от юбилейна международна научна конференция, Том 1, изд. "Наука и икономика", Икономически университет Варна.
2. Бродел, Ф. (2005) "Световното време", изд. "Прозорец", С.
3. Величкова Н., Ч. Русев, Т. Якова. (1991) Теория на статистиката и статистика на вътрешната търговия. ИК "Галактика", Варна.
4. Колев, Бл. (2008) Икономическа култура, УИ "Стопанство", С.
5. Маркс, К. По еврейския въпрос, Съчинения, т. 1.
6. Сапир, Ж., Завръщането на протекционизма и яростта на неговите противници, Монд дипломатик, март 2009 г.
7. "САЩ пред фалит след провал на преговорите за дълга", в. "Труд", 24 юни 2011 г.
8. Aviva Aron-Dine, Isaac Shapiro. (2007) "Share of National Income Going to Wages and Salaries at Record Low in 2006", Centter on Budget and Policy Priorities, Вашингтон, 29 март 2007 г.
9. Budget of the United States Government: Historical Tables Fiscal Year 2010. http://www.gpoaccess.gov/usbudget/fy10/hist.html
10. Naidenov, G., K. Haralampiev. (2007) Cyclic Recurrence of Foodstuffs and Non-foodstuffs Price Level in Bulgaria during XX Century. Economic Alternatives, Vol. 7, pp. 127-132.
11. Sharp, T. (2009) Current U.S. Defense Spending vs. Spending Since 1948. http://armscontrolcenter.org/policy/securityspending/articles/022609_fy10_topline_growth_since48/
12. United States Department of Defense. (2009) National Defense Budget Estimates for FY 2010.http://comptroller.defense.gov/defbudget/fy2010/Green_Book_Final.pdf
13. Wikipedia. List of Presidents of the United States. http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Presidents_of_the_United_States

[21] 09.08.2011 г., Пекин, Китай, http://www.blity.bg/news/article/115301, БЛИЦ Новини – Китай нападна САЩ заради деспотична политика, 12.08.2011 г.

[22] В."Труд", 03.08.2011 год., Путин: САЩ са паразити, стр. 26.

Преглед

Моделиране на отговорността относно неправилното представяне на информацията във финансовите отчети

Пламена Недялкова*

Резюме: Статията представя възгледите на конкретна група западни специалисти, предлагащи, прилагането на различни математически модели във връзка с определянето на отговорността на виновните лица, относно неправилното представяне на информацията във финансовите отчети на монополните предприятия. Заедно с представените два математически модела, авторът спира вниманието си на един западен графичен модел, който е базиран на микроикономическите правила. Този модел графично представя поетия риск и отговорност от страна на съставителите на финансовите отчети и ръководителите на съответното монополно предприятие, относно некоректното и неточно представяне на счетоводната информация.

Ключови думи: отговорност, виновни лица, информация, модел.

JEL: K22, G39.

Въведение

През последните няколко години все по-често се наблюдава потребителите на финансовата информация да се позовават на неточна информация, представена във финансовите отчети на предприятията. При изследване на такива финансови отчети специалистите отдавна са установили, че неточностите в представянето на информацията се дължи предимно на следните манипулирани подходи: надценяване на приходите; подценяване на разходите; надценяване на активите; подценяване на пасивите; неправилно използване на резервите; неправилно прилагане на счетоводните принципи; премълчаване на информация от страна на ръководните органи на предприятието [6]. Според Gary Giroux най-много измами и манипулации в представянето на информацията във финансовите отчети се наблюдават в отчетите на монополистите [10].

Вземайки под внимание така изложените до тук изследователски тези и факти, целта на тази статия е да се моделира отговорността на виновните лица относно неправилното представяне на информацията в годишните финансови отчети при монополните предприятия.

За постигането на така поставената цел са поставени за разрешаване следните основни задачи:

1. Да се представи основният микроикономически модел на монопола;
2. Определяне отговорността на виновните лица относно неправилното представяне на информацията във финансовите отчети на монополиста;

* Пламена Недялкова е асистент в катедра „Счетоводна отчетност" на Икономическия университет – Варна, e-mail: plnedyalkova@gmail.com

3. Моделиране отговорността на виновните лица въз основа на основния микроикономически модел на монопола.

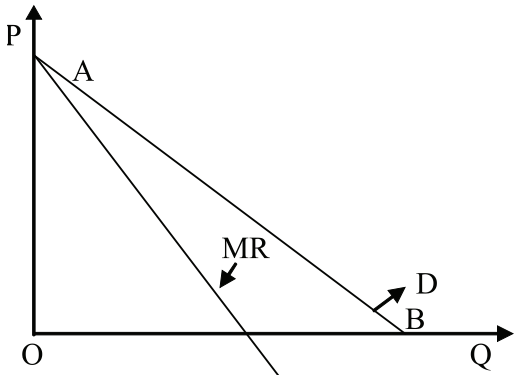
Преди да пристъпим към моделиране на отговорностите на виновните лица относно неправилното представяне на информацията в годишните финансови отчети, е необходимо да се отговори на следните два основни въпроса, а именно: 1) какви са функциите, правата, задълженията и отговорностите на съставителя на финансови отчети, или какъв е правният статус на съставителите на финансови отчети? 2) кои лица могат да бъдат съставители на годишни финансови отчети на предприятията?

По така поставените въпроси само ще констатираме твърде добре познатите и общоизвестни факти, представени в Закона за счетоводството (ЗС), тъй като независимо от промените, които през последните години претърпя този нормативен акт, утвърдените изисквания си останаха законово непроменени. Относно лицата, които имат право да съставят финансови отчети, в чл. 34 от ЗС е регламентирано, че съставител на финансови отчети може да бъде физическо лице или специализирано счетоводно предприятие, което отговаря на изискванията на счетоводния закон. В чл. 35 от същия нормативен акт се доуточнява, че съставител на финансов отчет може да бъде лице (както физическо, така и юридическо), което отговаря на определените със закона изисквания за минимален професионален стаж и минимална степен на завършено образование.

Относно функциите, правата, задълженията и отговорностите на съставителите на финансови отчети са регламентирани в чл. 34 от Закона за счетоводството, но съществуват и чисто практически незаконово утвърдени правила. Отговорността на съставителите на финансовите отчети се свежда до: правилното изготвяне на съставните части на годишния финансов отчет; да участва в изготвянето на годишен доклад от дейността на предприятието; също така, когато предприятието е задължено да изготвя консолидиран финансов отчет и консолидиран годишен доклад за дейността си посочените преди това задължения са валидни с пълна сила; съгласно чл. 36 от ЗС съставителите на финансовите отчети отговарят и за организацията на счетоводната дейност в предприятието. От гледна точка на органите за управление на самото предприятие тяхната отговорност се свежда също до съставянето, своевременното изготвяне, отговарят относно съдържанието и публикуването на финансовите отчети и годишните доклади за дейността към тях [1]. Следователно отговорността на съставителите на финансовите отчети и управляващите органи на дружеството може да се определи освен като административна съгласно изискванията на Закона за счетоводството, но и като солидарна.

За най-точно и правилно определяне и графично представяне на отговорността на виновните лица относно неправилното представяне на информацията в годишните финансови отчети на монополните предприятия, както и тяхната полза от допусната счетоводна грешка, счетоводна измама и/или злоупотреба, е необходимо първо да се изследва и представи същността на монопола като пазарна структура. Думата "монопол" има гръцки произход и означава "продавам сам" (μόνος "сам, единствен" ϖωλώ "продавам"). Следователно това е пазарна структура, при която в отрасъла има един единствен производител, който произвежда и предлага на пазара продукция, която няма близки заместители [5]. Друго, което е характерно за този вид пазарна структура е, че върху дейността на монопола оказва влияние косвената конкуренция от останалите производители на алтернативни стоки, които могат да служат като заместители за нужните на потребителите.

Независимо че монополистът е единствен на пазара върху определянето на количеството продадени стоки или услуги, оказват влияние дори и доходите на потребителите. Доходите на потребителите са винаги ограничени, в повечето случаии са конкретно фиксирани за съответния месец или година. Това е и основната причина потреблението на индивидите да е ограничено в зависимост от техните доходи, а от тук съответно и търсенето на дадени стоки или услуги да е точно определено. Следователно монополистът не може да предлага своята продукция на прекалено висока цена, тъй като потребителят ще се насочи към друг вид алтернативна стока. Така например, ако цената на парното отопление, предлагана от монополиста ТЕЦ-Шумен за гр. Шумен, е по-висока от цената на електроенергията предлагана от дадено електроразпределително дружество, например Е.ОН България ЕАД, то потребителите ще предпочетат да се отопляват на ток, а не на парно, независимо че ТЕЦ –Шумен е монополист. Това е и основната причина кривата на пределните приходи на монополиста да е два пъти по- стръмна от кривата на търсенето при чист монопол, което от своя страна означава, че приходите на монополиста са зависими от обема продадена и търсена от пазара продукция. С помощта на графика 1,



Графика 1. Кривата на търсенето и на пределните приходи при чист монопол

графично е представена тази общоизвестна зависимост, между пределните приходи на дружеството монополист и кривата на търсенето [3].

На абцисата на графика 1 OQ е количеството продукция, което монополистът може да предложи на пазара. На ординатата OP се представя цената на произведената продукция. Кривата AB представя кривата на пазарното търсене на съответната стока, а MR е кривата на пределните приходи от продадения продукт от страна на монополиста. Така представената графика, представлява перфектната монополна ситуация, когато няма никакви измами и злоупотреби, нито в счетоводните данни, нито в производствената и управленската дейност на монополиста. За да се моделира какво всъщност печелят виновните лица – счетоводителят на съответното монополно предприятие и/или неговият изпълнителен директор се приема, че изпълнителният директор е принципал, а счетоводителят се приема като един изпълнителен агент. Основният модел, който се застъпва и представя в тази разработка, е тестван и представен от ***Laura Ebert*** и ***Margaret L. Gagne*** от ***Marist College***. При този модел, специалистите приемат, че изпълнителният директор има предимство пред счетоводителя в това, че той притежава пълната власт да манипулира информацията и да прикрие истинската стойност на измамата. Също така за приложението на този модел, се допуска, че счетоводителят вярва, че това, което той възприема като търсене (на истинността), е същата онази крива на търсенето, която изпълнителният директор приема като търсене на неговата продукция. Въз основа на така възприетата крива на търсенето счетоводителят просто се стреми да манипулира информацията в финансовите отчети, така че да максимализира печалбата на монополната корпорация. В модела счетоводителят може да бъде гла-

вен счетоводител или финансов директор и имат почти равен ранг в компанията, т.е. носят в еднаква степен и една и съща отговорност при допускане на счетоводно манипулиране на информацията [9].

Моделирането на отговорността на виновните лица не е лесен процес. Но въпреки това се наблюдава една тенденция в крайните резултати на реализираните проучвания от страна на най-големите световни одиторски компании, които все по-често започнаха да алармират обществото, да не се доверяват на 100 % на информацията, представена във финансовите отчети. Така например в изследване през 2009 г. на одиторската компания ***PricewaterhouseCoopers*** относно ***"Глобалната икономическа престъпност"*** се констатира, че трите най-често срещани икономически престъпления през последните дванадесет месеца са били незаконното присвояване на активи, счетоводните измами, подкупите и корупцията [14]. Към счетоводните измами се отнасят: счетоводното манипулиране на финансовите отчети, измамните данни в заявленията за кредит пред банковите институции, неоторизираните транзакции [14].

Според ***Laura Ebert*** и ***Margaret L. Gagne*** най-голяма полза от измамата и манипулирането на финансовите отчети имат изпълнителните директори на монополните дружества. Компаниите с такива манипулирани отчети имат възможност да увеличат цената на акциите на фондовите пазари, да подобрят репутацията си, да разширят участието си на капиталовите пазари, а така също въз основа на тези показатели изпълнителният директор може да получи и допълнителни премии. От гледна точка на счетоводителя, неговата полза и облага е само финансова и зависи от възнаграждението, което ще получи от изпълнителния директор. Понякога счетоводителят принудително "увековечава измамата с цел да запази своята работа" [9].

С помощта на ***фиг. 1 "Триъгълник на взаимните условия, които действат като предвестници на счетоводната измама"***, са представени взаимни условия между виновните лица за извършването на счетоводни измами. Според уеб базирано проучване на ***PricewaterhouseCoopers***, което обхваща 3000 висши представители от организации в 54 страни, обстоятелствата за допускането на счетоводни измами са: възможността за извършването на измамата, стимулът за извършването на такова деяние и способността на извършителя да реализира акта [10]. Взаимодействието на тези три елемента определят риска от счетоводната измама, а именно:

Фигура 1. Триъгълник на взаимните условия, които действат като предвестници на счетоводната измама

Най-рисковата зона е допирането на трите основни предположения на анкетиращите относно причинността за наличието на счетоводни измами. Колкото повече тези три качества – възможност, способност и стимул, се притежават едновременно както от страна на изпълнителния директор, така и от счетоводителя или финансовия директор, толкова по-силно е допустим рискът от манипулирането на финансовите отчети. Откриването на подобен вид счетоводни измами е трудно осъществим, но не и напълно недостижим процес. От данните, с които въз основа на прилагането

на следните методи: вътрешен одит, управление на риска, ***PricewaterhouseCoopers*** разполага и представя в доклада си, се установява, че една голяма част от манипулираната счетоводна информация за периода от 2007 г. до 2009 г. е била установена при докладването на съмнителни сделки, реализирането на по-строга корпоративна сигурност, ротация на персонала, случайни контролни проверки, проверки от страна на външни контролни органи и други методи за откриване и на допуснатите на нарушения [14].

Освен откриването на неверни и неточни данни във финансовия отчет на дружеството, контролните органи са изправени и пред правилното определяне на формата на вината. Според ***Mitchell Keiter*** едва след като се определи вината и степента на вредата, може да установи отговорността на виновните лица. Вредата се установява или в деня на настъпването ѝ, или в деня на нейното откриване [12].

В литературата, а така също и в нормативната уредба, все още не е дадена точна дефиниция на понятието "вреда". Поради тази причина се приемаме становището на Ем. Златарев, според който "вредата винаги се изразява в накърняване (увреждане, засягане) на оценими в пари имуществени права и интереси на активния субект в правоотношението по реализиране на отговорността. По правило тя представлява разликата в състоянието на дадено правно благо (имущество) на проверявания обект преди и след настъпването на вредоносния факт." [2] Относно степента на вредата причинена от неспазването на счетоводните изисквани и правила, регламентирани както в счетоводните стандарти, така и в други нормативни актове, е много трудно доловим момент. Обикновено този процес е насочен и засяга трета страна, а не директно самото предприятие. За по-точното определяне степента на вината *Hailong Cui*, *Sharad C. Seth* и *Shashank K. Mehta* предлагат да се приложи следното математическо уравнение:

$$\sum_{i} (p(x_i) \cdot N) \cdot (x_i \cdot V) = N \cdot V \sum_{i} p(x_i) \cdot x_i$$

където:

N е общият брой на допуснатите грешки;

V – обхванатият за изследване счетоводен (може и контролен) процес и/или общият брой на всички възможни комбинации, обхванати за изследване в конкретния процес;

p(xi) N – общият брой на грешните разклонения (т.е. грешните подпроцеси) в изследвания процес;

x_i – степента на откриваемост.

Според *Hailong Cui, Sharad C. Seth* и *Shashank K. Mehta* така представеното уравнение определя параметрите и оценката за покриване на вината с минимални разходи за анализ. Също така, това математическо равенство дава възможности за графична симулация на всички възможни вектори процеси, получени въз основа на случайни тестови данни [8]. От друга страна считаме, че така представеното уравнение има абстрактния характер, тъй като се използват случайни тестови данни. Именно това е основната предпоставка в контролната практика все още да не се прилага този метод. Начините за определяне на вината на отговорните лица, особено що се отнася до неправилното представяне на информацията в годишните финансови отчети на монополните предприятия, е аналогичен с методиката, която се прилага и използва в административното наказателно производство. Установяването на вината винаги е един субективен процес, но веднъж доказана, е основание за търсене на отговорност от виновните лица.

Canice Prenderga предлага друг математически модел за определяне на отговорността между виновните лица относно не-

правилното представяне на информацията във финансовите отчети. Според *Prenderga*, определянето на отговорността не зависи от определянето на вината, а от предварително поставените и поети за реализиране задачи между извършителите на това деяние [13]. Като доказателство на своята теза представя конкретна ситуация в едно предприятие, в което задачите се разпределят между двама служители (счетоводители), един работник и един изпълнителен директор. Поставените задачи са дефинирани в интервала [0, 1]. Най-много задачи поема изпълнителният директор, следван от двамата служители и най-малко задачи се възлагат на работника на корпорацията [13].

Изходната част в задачата се представя с i, като върху нея оказват влияние два основни фактора: (1) усилието, което влага изпълнителят за реализирането на поставената задача (бележи се с e') ; (2) вида на поставената задача. С σ се бележат задачите, постигнати от страна на управителя, а с $1 - \sigma$ се представят задачите, реализирани от страна на работника. Изходното решение i, според *Canice Prenderga,* се постига с помощта на следното мате-

$$y^{\setminus} = \begin{cases} e' - \mu_m(\sigma) - \textit{реално извършената от изпълнителния директор задача} \\ e' - \mu_w(1-\sigma) - \textit{реално извършената от работника задача} \end{cases}$$

матическо уравнение [13]*:*

За решаването на това уравнение *C. Prenderga* изследва следните хипотези, а именно: μ_i – функциите са нарастващи и изпъкнали; $\mu^{\setminus}_i > 0$; $\mu^{\setminus\setminus}_i > 0$; $\mu^{\setminus}_i(0) = \infty$ и $\mu^{\setminus\setminus}_i(1) = -\infty$. Разходите по постигането на поставените задачи също се анализират, като те се обозначават с $C^i(e')$, където $C^i(0) = 0$; $C^{i\setminus} > 0$ и $C^{i\setminus\setminus} > 0$. За решаването на това уравнение е поставено и друго ограничение, а именно, че разходите, отнасящи се до усилията, които влагат както изпълнителният директор, така и служителите, и работниците, са отделно от разходите за реализирането на поставените задачи.

Предложеното от *Canice Prenderga* уравнение относно определянето на отговорността на виновните лица, смеем да твърдим, че също е чисто хипотетично, непълно и неточно доказано. Липсата на числово заместване в представеното математическо равенство, а така също и липсата на реално тестване на представените хипотези, са основната предпоставка така предложеният модел, да е чисто теоретичен, но не и практичен. *Prenderga* в своята статия "A Theory of Responsibility in Organizations" дава нова насока в изследването на начините за налагане и търсене и на отговорност от виновните лица, но него изследва и него анализира детайлно. Считаме, че такъв сложен модел, изследващ отговорността на лицата относно неправилното представяне на информацията в финансовите отчети, още при определянето и поставянето на отделните счетоводни и управленски задачи, докато се достигне до така желания манипулиран ефект в отчетите, не може, а и не бива да се изследва само и единствено с помощта на едно предприятия.

Основният извод, които може да бъде изведен от така представените до тук два математически модела с помощта на двете математически уравнения, е, че определянето на отговорността на виновните лица посредством математическо моделиране е твърде сложен и абстрактен процес. Невъзможността за представянето на точни данни е основната предпоставка математическото моделиране да не се прилага в практиката като метод за определяне на отговорността.

За разлика от математическото моделиране на микро (фирмено, корпоративно) ниво, графичното представяне на отговорностите в една микро единица, наречена предприятие, е много по-научно доказана и ефективно тествана. Почти винаги графичното моделиране е резултат от някакъв вид координатна информационна трансформация, която в нашия случай е координатна трансформация

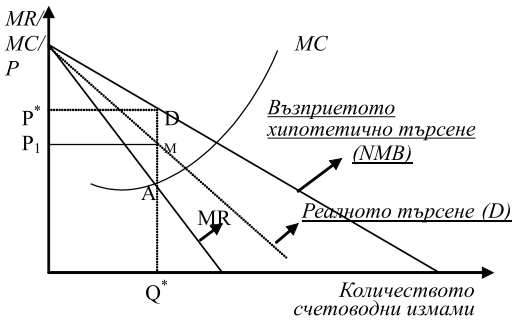
на информацията на монополната макроикономическа структура. При графичното моделиране също се допускат конкретни хипотези, които се представят на самата графика. Така например с помощта на графика 2 *Laura Ebert* и *Margaret L. Gagne* представят своите хипотези относно начините за определяне на отговорността, а именно [9]:

1. Поради наличието на манипулирано представяне на информацията във финансовите отчети на монополиста, изпълнителният директор заедно със счетоводителя възприемат, че линията на търсенето на предлаганите от тях стоки и услуги е много по-голяма от реалното пазарно търсене.

2. Също така е възприето, че нетните пределни ползи *(NMB)* на монополиста се представя като разлика между пределните ползи *(MB)* и пределните разходи *(MC)* на монополиста за производството на единица продукция.

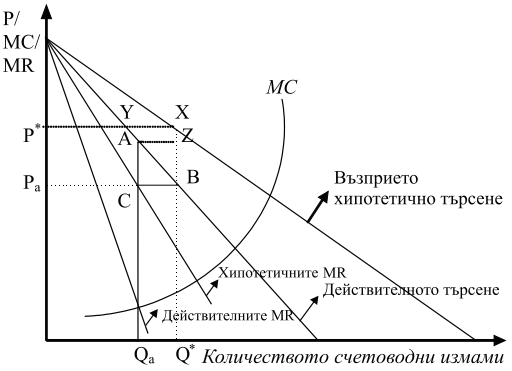
3. Кривата на пределните приходи (*MR)* е разположена под кривата на хипотетичното търсене *(NMB).* Също така съществува такава точка (т. А) от графиката, при която пределните разходи да са равни на пределните приходи, т.е. MC = MR. Именно в тази т. А монополистът максимализира своята печалба и се намира в дългосрочно равновесие [3]. Също така хипотетично се допуска, че количеството на счетоводната измама Q^* е реализирано при ценови разход P^*.

Всички представени до тук хипотези, графично са моделирани на графика 2.



Графика 2. Стандартен хипотетичен монополен модел

От така представената графика 2, се установява, че цената на счетоводната измама, която е поел монополистът, е по-голяма от общите пределни разходи, т.е. $P^* > MC$. Именно този ценови разход изпълнителният директор прикрива от счетоводителя на монополното предприятие [8]. Също така, считаме, че поради обстоятелството, че неправилно е определено пазарното търсене на монополиста, цената на счетоводното манипулиране на данните също е неправилно определена. От графика 2, се установя, че реалната цена е P_1, а не P^*, следователно четириъгълникът P_1MDP^* представя неправилното използване на производствените мощности от страна на монополиста и свръх разходите, които изпълнителният директор реализира с цел постигането на желаната от него счетоводна измама. Отговорността в тази създала се ситуация най-точно и пълно се демонстрира от *Laura Ebert* и *Margaret L. Gagne* в графика 3.



Графика 3. Отговорност на изпълнителния директор и счетоводителя при монополните компании

Сравнявайки двете графики, установяваме, че графика 3 е много по-детайлна отколкото графика 2. На нея са представени освен хипотетично възприетото търсене от страна на изпълнителния директор и счетоводителя на монополиста, но така също са представени действителните и хипотетично възприетите пределни приходи (MR). Триъгълникът ABC е реалната

печалба на изпълнителния директор от манипулирането на данните във финансовите отчети, поради монополното ценообразуване, представено от областта YXB. Също така Δ ABC графично илюстрира и размера на отговорността, която поема изпълнителният директор от неправилното представяне на информацията в отчетите на монополното предприятие. Според предварителните убеждения на изпълнителния директор загубата на потребителите на финансовите отчети е представена графично от целия триъгълник YXB, но реалната загуба на потребителите е всъщност областта, представена от триъгълника AZB. Разликата между Δ YXB и Δ AZB е трапецът AZXY, което всъщност представлява излишната предполагаема загуба.

Голяма част от проблемите, отнасящи се до манипулирането на информацията във финансовите отчети, според *Richard Brief* са повтарящи се през годините действия, в резултат на определени неизкорени наслагвани счетоводни проблеми [6]. Основните отговорности на счетоводителите и одиторите на финансовите отчети според *Richard Brief* са относно неправилното представяне на "прозрачни факти" и "сухи реалности" [6]. Това отношение на несигурност на информацията във финансовите отчети и приемането им от страна на потребителите просто като средство за отразяване на едни изминали исторически факти е предпоставка за търсенето на разнообразни контролни и законодателни механизми с цел да се предотвратят съответно съществуващите механизми за увреждане на счетоводната практика.

Относно така предложените методи може да се представи следната сравнителна характеристика:

1. Математическите модели представят в строга аритметична зависимост факторите, оказващи влияние върху достоверността на представянето на информацията във финансовите отчети.

2. При първия математически модел се изследва вината на отговорните лица с помощта на откритите от страна на контролните органи, допуснати счетоводни грешки. За да се определи степента на вината с помощта на така предложения модел, е необходимо грешките да се изследват стойностно или количествено. Моделът не допуска текстово изследване на данните при така установените нередности и неточности.

3. Вторият математически модел – при него се изследват поставените задачи между изпълнителния директор и съставителя на финансовите отчети. Прилагането на този модел също крие своите специфики и особености, тъй като трябва самите задачи да се дефинират в един строг интервал и в него да премине емпиричното тестване и изследване на данните. При този модел се крие още една тънкост, а именно, че за да се определи точно коя от поставените задачи е с по-голяма тежест и е основната предпоставка и причина за неефективното и некачествено представяне на информацията във финансовите отчети, е необходимо да се изследват различни видове хипотези относно начина на реализирането на поставените ангажименти. Също така трудността на прилагане на този модел в контролната практика се поражда и от предпоставката, че поставените задачи йерархично "от горе на да надолу" трябва да бъдат точно обхванати от страна на контролните органи. Когато поставените задачи са устно регламентирани, когато няма писмено удостоверение за това как точно се е изисквало да се свърши и от кого, съответно е много трудно и почти невъзможно да се изследват такъв тип задачи и проблеми.

4. Относно графичното моделиране на отговорностите относно неправилното представяне на счетоводната във финансовите отчети считаме, че е един сравнително нов, макар и абстрактен микроикономически модел. Този модел, считаме, че

може да се пречупи и приложи не само при чисто монополните предприятия, но така също и при пазарни структури като олигопол, монопсон, съвършена конкуренция и др. Графичното моделиране при тези пазарни структури, считаме, че ще е аналогично на моделирането при чистия монопол, но с една особеност, че трябва като правило да се следват спецификите на самата микроикономическа пазарна структура.

5. С помощта на графичния модел може да се постигне една по-ясна визуализация на отговорността на страните виновни за представянето на неточна информация в годишните финансови отчети. Считаме, че така представеният графичен модел може да намери приложение за компютърната визуализация на контролния процес. Също така, според Mark S. Beasley може да се приеме, че тази графика не представя само отговорностите, но така също и властта, която притежават отделните лица, отговорни за начина на представянето на информацията във финансовите отчети[16].

Заключение

Вземайки под внимание всичко изложено до тук, основният извод които се излага, е, че теоретично съществуват множество математически модели за аритметично пресмятане на отговорността на виновните лица, но не винаги са практически приложими. С тези модели се разкрива алгебричната взаимовръзката между отделните фактори (елементи), оказващи влияние, и виновните лица, но тази алгебрична зависимост не може напълно да бъде тествана и анализирана. С нейна помощ може графично да се конструират ползите от извършените манипулационни процеси по представянето на информацията в годишните финансови отчети, а така също и графично да се представят границите на индивидуалните отговорности на виновните лица.

Литература

1. Закон за счетоводството - Обн. ДВ. бр. 98 от 16 ноември 2001 г., бр. 94 от 30 ноември 2010 г., изм. ДВ. бр.19 от 8 март 2011 г., изм. ДВ. бр. 34 от 29 април 2011 г.
2. Златарев, Ем., Държавна финансова инспекция, Сиела, 2007, с. 71.
3. Канев, Д., Микроикономика, Колор-принт, 1994, с. 232.
4. Коева, С., Микроикономика, Стено, 2002, с. 45.
5. Якимова, Ив., Макроикономика, Стено, с. 199.
6. Brief, R., The Accountant's Responsibility in Historical Perspective, The Accounting Review, Vol. 50, No. 2 (Apr., 1975), pp. 285-297.
7. Coenen, T., Financial Statement Manipulation: The Schemes, www.allbusiness.com/accounting/fraud/4968671-1.html, видяна на 19.07.2011 г.
8. Cui, H., Modeling Fault Coverage of Random Test Patterns, July 28, 2002.
9. Ebert., L., and Gagne, M., A Monopoly Model Of Accounting Fraud, Journal of Business & Economic Research – April 2007, Volume 5, Number 4.
10. Engineering and Construction Sector Summary – March 2010, www.pwccn.com
11. Giroux, G., Historical Perspective on Corporate Oversight: 200 Years of Corruption.
12. Keiter., M, Article: With Malice Toward All: The Increased Lethality of Violence Reshapes Transferred Intent and Attempted Murder Law, 38 U.S.F. L. Rev. 261.
13. Prenderga., C., A Theory of Responsibility in Organizations, Journal of Labor Economics, Vol. 13, No. 3 (Jul., 1995), pp. 387-400.
14. PricewaterhouseCoopers, Engineering and Construction Sector Summary – March 2010, www.pwccn.com
15. PwC CN: Publications - 2009 Global Economic Crime Survey, www.pwccn.com
16. Beasley, Mark S., Jospeh V. Carcello, and Dana R. Hermanson. 2001. Financial Reporting Fraud: Could It Happen to You? *The Journal of Corporate Accounting and Finance* (May/Jun 2001):3-9.

Преглед

Състояние и проблеми на българската промишленост в периода на прехода

Тома Николов

Резюме: В статията се анализира основно процесът на деиндустриализация на България в периода 1990-2010 г. Представени са основни индикатори за индустриалното развитие на страната, както общо, така и по подотрасли. Търсят се причините за деиндустриализацията на България, посочват се грешки в икономическата политика на България след 1990 г. Представят се възможните решения пред българската промишленост за преодоляване на деиндустриализацията на страната в следните три направления – национализация на промишлени предприятия, промяна на модела на функциониране на малки и средни предприятия в България и приоритетно развитие на тежката индустрия.

Ключови думи: деиндустриализация, приватизация, национализация, малки и средни предприятия, тежка промишленост.

JEL: L60, N60, O14.

Един от основните проблеми на българската икономика в периода на прехода е процесът на фактическа деиндустриализация на страната. Деиндустриализацията в България е процес, който стартира с началото на прехода към изграждане на пазарна икономика и промяната на обществено-политическото устройство на страната в 1989 г. Под термина деиндустриализация авторът на настоящата статия разбира предимно и най-вече пораженията в тежката индустрия на страната, в отрасли като машиностроенето и химическата индустрия, които именно създават промишлени стоки с най-висока добавена стойност и преобладават като относителен дял в структурата на промишлеността на повечето развити страни по света. През последните 22 години акцентите падаха предимно върху осъществяването на неолиберални реформи в българската икономика, насочени към тотална приватизация на унаследената материално-техническа база от социалистическия период, демонополизация на големите стопански субекти и либерализация на търговския, валутно-финансовия и инвестиционен режими. Сляпото следване на съветите на международните финансови институции (МВФ,Световна банка и др.), които бяха натоварени със задачата да наблюдават и контролират преструктурирането на източноевропейските икономики, доведе в крайна сметка до неблагоприятни икономически резултати с широкомащабни последици за средносрочното и дългосрочното развитие на националната икономика. България днес е с коренно променена структура на националната икономика и това е резултат от прилагането на политиката на

Тома Николов е докторант в Института за икономически изследвания на БАН, e-mail: toma_nikolov2006@abv.bg

[1] Вж Williamson, J., A Short History of The Washington Consensus, paper commissioned by Fundacion CIDOB for a conference "From The Washington Consensus towards a New Global Governance", Barcelona, September 24-25, 2004., http://www.iie.com/publications/papers/williamson0904-2.pdf

Вашингтонския консенсус[1] (либерализация, приватизация, дерегулация) и целенасочените усилия на българските "реформатори" за намаляване водещата роля на индустрията в създаването на обществения продукт, за стесняване възможностите за развитие на индустрията за сметка на тези на услугите, туризма, и на финансовия и банков капитал. България се превърна от **промишлено-аграрна държава** в държава от **аграрен тип** с характеристики, близки до тези на страните от Третия свят. Неотчитането на световните тенденции в промишленото развитие, които се характеризират със сериозни инвестиции в индустриалните сектори, със сериозно отношение на държавата към промишлеността, с провеждането на умерена и селективна по същество протекционистична политика в приоритетни индустриални производства усложни задачата пред българската промишленост и нейното технологично обновление, направи все по-трудно намирането на подходящо място на българския индустриален производител на международните пазари, демотивира и без това малкото чужди инвеститори от висок клас да инвестират капитали в определени сектори на индустрията ни. Тоталното оттегляне на българската държава от ангажименти в промишлеността и въобще в икономиката на страната, преминаването от практически 100 % държавна собственост към почти 100 % частна собственост неминуемо се отрази върху състоянието и конкурентоспособността на индустрията – оставена без каквато и да е подкрепа, тя естествено не може да се съпротивява равностойно в тежките конкурентни условия на международните пазари. **Българските "реформатори" не осъзнават че няма развита страна без развита промишленост, че превръщането на България във високоразвита технологична страна минава задължително през нейната реиндустриализация**.

Един поглед към световната практика показва, че западните страни продължават да подкрепят силно своите индустриални сектори, те не само че не са се отказали от теорията и практиката на индустриализацията, но търсят непрекъснато нови методи за нейното стимулиране и адаптирането ѝ към новите реалности в епохата на глобализацията. България фактически изостави развитието на машиностроенето и химическата индустрия през последните две десетилетия, но ЕС, САЩ , Япония, Канада и страните от Югоизточна Азия инвестират милиарди долари в тези сектори и резултатите не закъсняват. Тези страни са осъзнали, че бъдещето им зависи от индустриалното развитие и не е възможно те да поддържат Брутен вътрешен продукт (БВП) на такива високи равнища само с отраслите на леката промишленост, земеделието или сектора на услугите, колкото и многообещаващ да е последният. Индустриалната база е тази, върху която стъпва третата вълна на Тофлър, тоест обществото на информационната революция. България разруши своята индустриална база от социалистическата епоха, а се опитва да премине към третата вълна, т.е към информационното общество. Този скок е обречен от науката и историята с провал, тъй като отсъства не само втората вълна, тоест натрупванията от индустриализацията, но заедно с разрушаването на индустриалното наследство на социализма се разрушава и голяма част от първата база, тоест аграрните натрупвания в обществото. Така деиндустриализацията на страната не оставя шансове за развитие на новите високи технологии и информационните продукти.

Деиндустриализацията в България (1990-2010 г.) – същност и проявления в националната икономика

Деиндустриализацията в България е процес на разграждане, унищожаване на унаследената материално-техническа промишлена база в България, без на нейно място

да се изгражда нова такава, закриване на съществуващите работещи промишлени предприятия от социалистическия период с различни мотиви (финансови, инвестиционни, конкурентни, пласментни и т.н), разпродаване на безценица на скъпоструващо държавно имущество в индустриалните сектори, приватизиране и впоследствие преустановяване функционирането на промишлените предприятия. **Деиндустриализацията засяга особено мащабно и силно производствените структури на тежкоиндустриалните подотрасли и именно в разрушаването на тези тежкоиндустриални подотрасли е** коквалифицирани специалисти за нейното управление и акцентират върху добивна индустрия и суровинен експорт.

Ударът върху българската индустрия започва да се подготвя веднага след 1990 г, когато в страната вече шестват и набират скорост неолибералната пропаганда и постулатите на пазарния фундаментализъм, на изтеглянето на държавата от стопанския живот, раздробяването на структурата на стопанските единици, тоталната и безконтролна приватизация на всяка цена. В поместената на фигура 1 графика се проследява индексът на физическия обем на произведената промишлена продукция в

Фигура 1. Индекс на физическия обем на промишленото производство, 1990-2010 г., 1990 г.=100.

нейното основно проявление в България. Деиндустриализацията е процес на фактическо разрушаване на тежката промишленост в страната. Характерен белег на западните индустриално развити държави е, че те инвестират и развиват именно тези два подсектора на индустрията си твърде интензивно и ускорено, а леката и добивната промишленост са по правило приоритет в индустриалната политика на по-слаборазвитите страни, които нямат капитали за инвестиции в тежка индустрия и висо-

България (1990-2010 г.)

Физическият обем на произвежданата промишлена продукция се свива почти наполовина за периода 1990-1999 г, като достига дъното от индекс 53.5 в 1999 г. спрямо база 1990 г. Това е и най-ниският физически обем на промишлеността ни за целия разглеждан период. Следващата 2000 г. е втората година с най-малък физически обем произведена продукция, индекс 57.9, и на трето място се нарежда 1993 г. с индекс 58.7. Само за 1991 г., физическият обем на промишленото

производство се свива с 20.2 %. Това е най-големият срив в рамките на една година на българската индустрия след Втората световна война. Следващата най-силна контракция на физическия обем на промишлената ни продукция е отчетена в 1992 г. – с около 15 %; това е втората най-катастрофална година за индустриалното производство в страната. Тези резултати за този първи подпериод не са случайни. Рязкото спиране на бюджетните субсидии за промишлените предприятия след 1990 г., силното повишаване на лихвите по банковите кредити след либерализацията в началото на 1991 г., неглижирането на ролята на индустрията за икономическото развитие на страната и загубата на пазара на СИВ, който беше основен външен пазар за преобладаваща част от българското промишлено производство, оказаха решително въздействие. Логично последваха фалити на редица промишлени предприятия, които също така не можеха вече да разчитат на доскоро сигурния и гарантиран източник на евтини суровини (най-вече нефт), какъвто се явяваше СССР след неговото разпадане и въвеждането на пазарни конкурентни цени при доставките на съответните суровини. Засилващият се натиск от страна на ЕС и международните икономически организации за незабавна либерализация на външнотърговския режим в страната постави под допълнителен стрес българските индустриални производители. Ако до 1990 г. те разполагаха със сигурен външен и вътрешен пазар за реализация на произведената продукция и се ползваха със солидна митническа и немитническа защита, то след 1990 г. тази защита постепенно изчезваше. Унаследеният външнотърговски режим се ликвидира моментално, новият такъв не осигурява надеждна защита на българската индустрия и така възниква вакуум, в който българските индустриални предприятия трудно устояват. Налаганата

Таблица 1. Разходи за придобиване на дълготрайни материални активи в промишлеността, 1990-2009 г., млн. щ. дол.

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Разходи за ДМА, млн. щ.дол.	6026.4	831.3	961.3	723.6	570.2	571.2	590	421.7	731.9	847.2
Темп на изменение, %, база 1990 г.		-86.2	-84	-87.9	-90.5	-90.5	-90.2	-93	-87.8	-85.9

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Разходи за ДМА, млн. щ.дол.	932	997.9	1222.6	1816.8	2093.3	2676.2	3660.3	5275.9	6811.5	4700.9
Темп на изменение, %, база 1990 г.	-84.5	-83.4	-79.7	-69.8	-65.2	-55.5	-39.2	-12.4	13	-21.9

Източник: НСИ, изданията за съответните години; изчислено от автора по курса на лева към долара за съответната година[2]

[2]Част от това спадане на капиталовите разходи в промишлеността (в щатски долари) се обяснява и с промени от валутнокурсов характер, по-точно с рязкото поскъпване на долара към лева през 1991 г.

политика на безконтролна либерализация от ЕС и останалите външни фактори естествено не беше случайна – тя облагодетелстваше икономическите интереси на чуждестранните транснационални корпорации, които виждаха в Източна Европа пазар със значителни поглъщателни възможности.

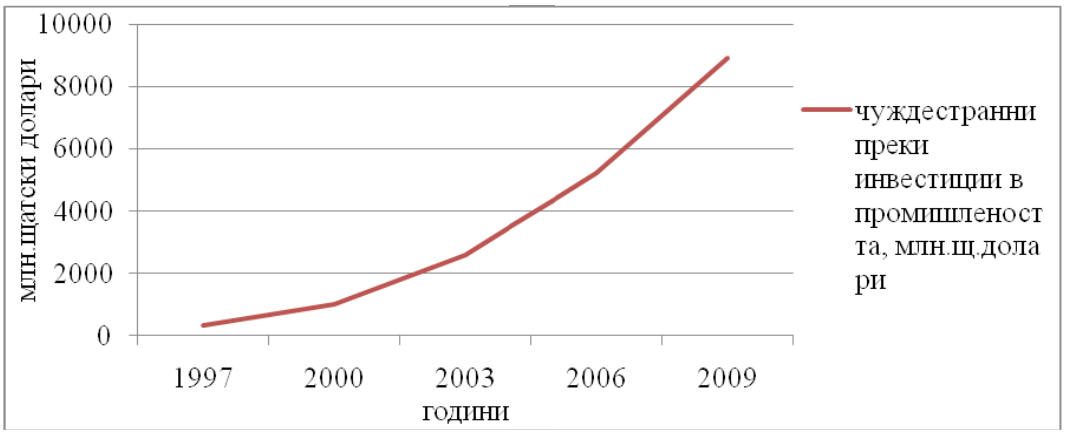
За да се развива индустриалният сектор, са необходими солидни капиталовложения, които в кратко- и средносрочна перспектива са с по-ниска възвръщаемост и едва в дългосрочен хоризонт възвръщаемостта е висока. В поместената таблица 1 се представят разходите за ДМА в промишлеността за периода 1990-2010 г.

Ясно е откроена тенденцията на драстично съкращаване на тези разходи в индустрията на страната до 1997 г., когато се отчита най-големият срив от 93 % към база 1990 г. Тази динамика на капиталовите разходи в индустрията е една от причините за съкращаване на физическия обем на произведената промишлена продукция през първото десетилетие на периода. Капиталовата обезпеченост на производството е от първостепенна значимост не само в индустрията, но и във всяка една друга икономическа област, и когато се прекъсват рязко капиталовите потоци към даден отрасъл, без да са осигурени нови източници на капитали и инвестиции, се предизвиква спиране на редица производства и затваряне на предприятия. В случая са съкратени разходи за технологичното обновяване на българската промишленост, което автоматично я поставя в незавидно положение на вътрешния и международния пазар, където е налице силна и все по-засилваща се конкуренция. Вместо да се приложат протекционистични мерки за защита на българската индустрия в тежките години на преустройство и адаптация към новите пазарни механизми, беше предпочетено тоталното оттегляне на държавата от ангажименти по финансиране и субсидиране на българските промишлени предприятия, последните трябваше да търсят сами източници на финансиране, което бе нелека задача в условията на хаос и безизходица в икономическата политика на страната. Това предопредели до голяма степен и производствените им резултати.

Стартирането на процеса на приватизация след 1997 г. нанесе най-силния удар върху българската индустрия. Именно с развихрилата се практически безконтролна приватизация на промишлените предприятия се обясняват и най-ниските индекси на физическия обем на произведената промишлена продукция през 1999 г. и 2000 г. Сам по себе си този факт разкрива неефективния модел на осъществената приватизация в страната, която вместо да стимулира индустриалното производство, де факто предизвиква неговото свиване с близо 50 %. Друг бе моделът на приватизация в Унгария, Чехия и Полша и естествено там резултатите бяха други. Изоставащи в началото на 80-те години от България по износ в млн. щ.дол. или отчитащи близки нива до нас, тези страни днес изнасят от 5 до 10 пъти повече продукция в стойностно изражение от България. Така например експортът на Унгария през 2008 г. възлиза на 107 466 млн. щ.дол., на Чехия – 146 090 млн. щ.дол., на Полша –168 705 млн. щ.дол., Турция – 132 003 млн. щ.дол. За сравнение, България изнася стоки за 10 351 млн. щ.дол. през 1980 г. и 22 587 млн. щ.дол. през 2008 г. Експортът на една страна е в пряка връзка със степента на нейната индустриализация. Ако изключим страните с монокултурни икономики, и страните, разчитащи на износ на суровини, всички останали, които са съумели да увеличат съществено своя експорт, са го направили основно посредством насърчаване на индустрията и индустриалното си развитие. Индустрията създава стоки с висока добавена стойност, и една страна с развито и конкурентоспособно машиностроене реализира много по-големи експортни приходи в сравнение със страна, която развива предимно отрасли като селско стопанство и доби-

ваща промишленост.

След 2000 г., както се вижда и от приложената графика, индексът на физическия обем на промишленото производство започва да се повишава. България успява да достигне физическия обем на произведената промишлена продукция през 1990 г. едва през 2007 г. (индекс 110.5 при база 1990 г.). Втората половина от периода е по-успешна от първата, сривът е преодолян. През 2008 г е произведен най-големият физически обем индустриална продукция за целия период, индекс 113,5. През 2009 г. и 2010 г. е налице леко понижение на индустриалното производство (индекс 96,1 в 2009 г.), поради влиянието на действащата световна икономическа криза и неправилната рестриктивна макроикономическа политика на правителството. През 2010 г. България произвежда почти толкова промишлена продукция, колкото през 1990 г., (индекс 100,3) и този резултат е ярко доказателство за неефективността на осъществените реформи в националното стопанство, в частност в промишлеността. Това наваксване на ниво физически обем на промишленото производство след 2000 г. се дължи на частичната адаптация на българската индустрия към новите условия на пазарна икономика, на приключилия вече приватизационен процес, на хармонизиращото се с европейското българско законодателство, което внася яснота на правилата на пазарното съревнование, на сериозно нарасналите инвестиции в индустриалните сектори, особено след 2000 г., предимно от чуждестранни капитали. Поместената по-долу графика на фигура 2 демонстрира категоричната положителна тенденция на растеж на преките чуждестранни инвестиции в българската индустрия, които през 2009 г. достигат 8906.9 млн. щ.долара.



Фигура 2. Преки чуждестранни инвестиции в промишлеността, млн. щ.дол., 1997-2009 г.

Членството на България в ЕС от 1.01.2007 г е притегателен фактор в сферата на чуждестранните инвестиции, които търсят по принцип сигурност и предсказуемо поведение. Но количественият растеж на чужди капитали в индустрията ни не означава автоматично повишаване конкурентоспособността на българските индустриални изделия. Това не гарантира също така и технологичното обновление и преструктуриране на индустрията, за която са необходими специални грижи от страна на правителството. У нас нерядко се преувеличава ролята на преките чуждестранни инвестиции за икономическото развитие на страната ни като цяло, и в частност на промишлеността. Смята се, че решението на всички проблеми в българ-

ската икономика са чуждестранните капитали. Преките чуждестранни инвестиции се третират като ключов фактор за решаване на сериозните проблеми в повишаването производителността на труда, подобряването качеството на продукцията и конкурентоспособността на българската индустрия[3]. Не се оценява реално ситуацията и не се изтъкват рисковете за националното стопанство, произтичащи от безконтролното навлизане на чужди капитали. Чуждите инвеститори нямат за цел развитие на индустрията в България, те имат за задача извличане и трупане на печалби. Те не се интересуват от деиндустриализацията в страната, от загубата на промишлени мощности, от изоставането на България в редица отрасли в технологично и конкурентно отношение. Това не е работа на чуждестранните инвеститори, а на българската държава. Именно тя, посредством съответните институции трябва да създава и урежда правилата на взаимоотношенията с чуждестранните инвеститори, за да печелят не само те, но да извлича ползи и българското общество. Правителството може да насочва инвеститорите в съответните приоритетни отрасли и подотрасли за икономическото развитие на страната, да им създава необходимите условия за нормална работа, като същевременно ясно и недвусмислено заяви кои са националните икономически интереси на България, които не могат да бъдат пренебрегвани за сметка на комфорта и удобството на чуждестранните инвеститори. Засега единственият съществен резултат от притока на чужди капитали в българската индустрия е сериозното увеличение на брутния външен дълг на България, който по официални данни на БНБ (юни 2011 г.) достига сумата 36 207,2 млн. евро. В резултат на вътрешнофирмените заеми, произтичащи от преките чуждестранни инвестиции, които съставляват 14 490.9 млн. евро или 40.0 % от брутния външен дълг. Преките чуждестранни инвестиции съдействат за влошаване на нетната международната

Таблица 2: Структура на промишлената продукция по подсектори, 1990 г. и 2010 г., в %.

Подсектори	1990	2010
Машиностроителна, електротехническа и електронна промишленост	27.1	13.3
Химическа нефтопреработваща и каучукова промишленост	12.0	10.6
Металургия (вкл. добив на руди)	5.3	16.3
Производство и разпределение на електроенергия, топлоенергия, газ и вода	4.0	15.3
Хранително-вкусова промишленост	27.1	17.1
Текстилна, трикотажна, шивашка и кожарска промишленост	9.9	6.4
Дърводобивна, дървообработваща , целулозно-хартиена и полиграфическа промишленост	4.2	3.8
Добивна промишленост	1.0	4.4

Източник: НСИ, изданията за съответните години

[3] Вж. Попов, Г.,Тенденции на чуждестранните инвестиции в индустрията на България, сп. "Икономически алтернативи", бр. 4/2008 г., с. 53-62, http://alternativi.unwe.acad.bg/br27/05.pdf

инвестиционна позиция на България, която към юни 2011г. е негативна и възлиза на минус 34 660,7 млн. евро, с пасиви за 58 200,4 млн. евро, от които пасиви най-голям дял, 61,9 %, се падат на преките инвестиции в страната (36 021,6 млн. евро)[4].

Съществен интерес представлява индустриалната структура в началото и края на разглеждания период. Този структурен отраслеви разрез показва най-точно кои са приоритетните промишлени подсектори за развитие днес и какви са били те преди повече от 20 години. Таблица 2 представя структурата на промишлената продукция по основни подотрасли, 1990 г. и 2010 г, в %.

Ако през 1990 г. водещ отрасъл в българската индустрия е машиностроителната, електротехническа и електронна индустрия, следвана от хранително-вкусовата и химическата, нефтопреработваща и каучукова промишленост, то през 2010 г. водеща е хранително-вкусовата промишленост, следвана от металургията (без добива на руди) и производство и разпределение на електроенергия, топлоенергия, газ и вода. Структурата на индустрията през 1990 г. е ориентирана към тежката индустрия, към производството на машини и оборудване, с висока добавена стойност на международните пазари, от чиято реализация държавата е получавала солидни приходи. България през 1990 г. е все още промишлено-аграрна страна, с огромна промишлена материално-техническа база, с достатъчен брой висококвалифицирани специалисти, с осигурени на изгодни цени суровини за производството и сигурен пазар за произведената машиностроителна продукция в рамките на СИВ, а и не само там – в редица развиващи се страни като Нигерия, Либия, Ирак, Иран, Сирия и др. името на България се ползва с уважение и респект като благонадежден партньор и производител на специализирано оборудване. Тогавашното управление на България решава, че за да върви страната по пътя на индустриално развитите страни, тя задължително трябва да превърне машиностроенето във водещ промишлен подсектор. Това е промишленият подсектор, който създава промишлени изделия с най-висока добавена стойност от всички останали други промишлени подсектори. Пример тук е "Балканкар", който е производител № 1 в света на електрокари и мотокари до 1990 г. (83 хил. бр.годишно), а електрониката е една от основните специализации на България в рамките на СИВ. Вярно е че до 1990 г. България изостава от водещите производители на електроника, но също така е вярно, че до 1990 г. дистанцията между България и развитите страни по линия на конкурентоспособността в електрониката е много по-малка от днес, когато страната ни на практика пренебрегва електронните производства въобще. Промяната на дела на машиностроителния сектор в структурата на промишлеността ни е сериозна, съответно от 27.1 % (1990 г.) на едва 13.3 % (2010 г.) и това се обяснява с факта, че темпът на спадане на производството в машиностроенето е по-голям от темпа на понижение в общото промишлено производство; това се дължи на затварянето на редица големи машиностроителни заводи вследствие на криминалната приватизация в 90-те години. Авторът не приема лансираната в обществото теза, че България няма условия, ресурси, специалисти и капитали за развитие на машиностроителния подсектор и е по-добре да се концентрира в подсекто-

[4] Вж. Информационен бюлетин на БНБ, бр. 10/2011г., с. 85, с. 93.

рите на леката промишленост. Нима една Япония има суровини? Япония и до днес продължава да внася редица суровини, вкл. за машиностроителната си индустрия и японското производство е силно зависимо от внос. Но Япония продължава да инвестира, развива и защитава с подходящи протекционистични мерки машиностроителната си продукция и резултатите са налице. България няма друг изход, освен да търси пътища за развитие на високотехнологичните промишлени подсектори, в противен случай страната ни се обрича да се превърне в страна от Третия свят, с икономика с обслужващи функции.

Вторият подотрасъл, хранително-вкусовата промишленост, в 1990 г. е изравнен по дял, 27.1 %, с машиностроенето и това се дължи на относителните и абсолютни предимства на страната ни в производството на плодове и зеленчуци и тяхното консервиране, в тютюнопроизводството, в производството на вино и спиртни напитки, в млечната и месната индустрия. За разлика от 2010 г., преди 20 години страната ни е разполагала с висококачествени суровини (месо, мляко, плодове, зеленчуци) за производство на хранително-вкусови изделия. България днес не само че изостава в производството на тези суровини, но и е превърната от нетен износител в нетен вносител на хранително-вкусови стоки (2007 г. – -144.1 млн. щ.д., 2008 г. – -379.7 млн. щ.д. салдо в ХВП). През 2010 г. страната произвежда само 75.5 % от физическия обем на отрасъл хранително-вкусова промишленост за 1990 г. Естествено хранително-вкусовата индустрия не може да достигне висока продуктивност и конкурентоспособност без развито високотехнологично земеделие, което осигурява суровинната база за производството. При положение че в България земеделието е раздробено, нископродуктивно, на ниско технологично равнище, с ниска производителност на труда, показаните резултати от хранителния бранш са закономерни.

Химическата, нефтопреработващата и каучуковата промишленост заема трето място в структурата на българската индустрия през 1990 г. и този факт се обяснява също с приоритетното място на тежкоиндустриалните подсектори в общата структура на индустрията ни. Държавата инвестира солидни капитали в развитието на промишлени подсектори с висока възвръщаемост в дългосрочен период, където се произвеждат стоки с висока добавена стойност, чиято продажба осигурява високи приходи във валута или лева. Делът на химическата индустрия в общата структура на промишлеността спада от 12.0 % за 1990 г. на 10.6 % за 2010 г. След 1999 г. се отчита постоянно отрицателно търговско салдо в отрасъла, което нараства от -157 млн. щ.д. (1999 г.) до -1444,8 млн. щ.дол. (2010 г.). Влияние за тези резултати оказват и неправителствените екологични организации, упражняващи постоянен натиск върху правителството за ограничаване производството на редица химически заводи, за закриване на химически предприятия и/или дислоциране на отделни химически производства. Някои екологични представители често изпълняват поръчки на отделни лобистки кръгове, на конкуренти в бизнеса, на други влиятелни политически кръгове, които използват този лост за решаване на съдбата на едно или друго химическо производство и за лична печалба. Световната практика е доказала, че в случая няма дилема или/или, тоест химическите производства могат да функционират заедно с чиста природа, могат да са в

баланс; това не е невъзможно, при наличието на напреднали пречистващи технологии и съоръжения. България трябва да търси различни начини за увеличаване дела на химическата индустрия в общата структура на промишлеността си. Възвръщаемостта на отрасъла е висока в дългосрочен период и страната ни може само да спечели от интензивното развитие на различни подсектори на химическата промишленост.

В структурата на съвременната българска промишленост водещ е подотрасълът на хранително-вкусовата промишленост (17.1 %) и този факт говори достатъчно красноречиво за протичащия процес на деиндустриализация в България. Традиционно практиката сочи, че хранителната индустрия е водещ отрасъл в структурата на по-слаборазвитите страни по света, които не разполагат с финансов, иновационен, човешки и технологичен потенциал за развитие на тежка индустрия. Очевидно България през 2010 г. има подобна структура на промишленото си производство, която се доближава във висока степен до структурата на индустриалното производство на развиващите се икономики. Хранително-вкусовата индустрия е важна за изхранването на населението, но тя се характеризира с ниска възвръщаемост, нейните продукти са с ниска добавена стойност и тя трудно би могла да осигури на България така необходимите ѝ високи експортни приходи за намаляване на външнотърговския дефицит, за инвестиции в приоритетни други подсектори на националната икономика, за държавния бюджет и т.н. Като се вземе под внимание и размерът на стопанските единици-производители в бранша, които са преобладаващо малки фирми, може да се заключи, че шансовете на тези дребни производители от хранителната индустрия за равностойна конкуренция на международните пазари са минимални. Тук трябва да се подчертае също и сривът във физическия обем на отделните подсектори на хранително-вкусовата ни индустрия. Така например, по натурални показатели, през 2007 г. месната ни индустрия произвежда 3 пъти по-малко продукция в сравнение с 1990 г., рибната индустрия – 7 пъти по-малко, млечната промишленост – 5 пъти по-малко, хлебната – 2 пъти по-малко, производство на плодово-зеленчукови консерви – 2 пъти по-малко, тютюневата промишленост – 2 пъти по-малко, фуражната – 11 пъти по-малко. Тези тревожни данни показват по един категоричен начин, че управлението на хранителната ни промишленост се нуждае от радикални промени в технологично, иновационно и финансово отношение, за да може отрасълът не само да увеличи продукцията си, но и да се търсят методи за повишаване на конкурентоспособността. Българските потребители днес потребяват вносни хранителни стоки, а хранително-вкусовата ни промишленост е съкратила производството и не използва потенциала си за развитие. Влияние тук в негативна посока оказват със сигурност и завишените стандарти на ЕС за качество на хранителните стоки. Тези стандарти имат двойно предназначение. От една страна, те са въведени с цел защита на здравето на потребителите в ЕС, осигуряване на безопасност на предлаганите на пазара хранителни стоки, а от друга страна, тези стандарти за качество на ЕС изпълняват функцията на външнотърговски регулатори, тоест нетарифни ограничения във вътрешнообщностната търговия. Целта е ограничаване достъпа до пазара на по-слаборазвитите икономики, вкл. източ-

[5] България, която изгубихме, данни на инж. Иван Пехливанов, заместник-министър на машиностроенето през 70-те години, http://bgsviat.narod.ru/BulgAria_koqto_izgubihme.htm

ноевропейските такива, макар и те вече да са формални пълноправни членове на съюза. По-слаборазвитите страни (към тях спада и България) традиционно имат абсолютни и относителни предимства в производството на селскостопански стоки и храни, а повечето от развитите европейски страни имат излишъци от селскостопански суровини и храни и не желаят допълнителен внос.

Металургията заема второ място, с 16.3 % дял, в структурата на българската промишленост през 2010 г. Заедно с енергетиката това е единственият друг отрасъл, който отчита растеж на своя дял в общата структура на индустрията ни спрямо базовата 1990 г., съответно от 5.3 % на 16.3 % Причините се коренят в изключително добрите традиции на страната ни, която през 1989 г. е 27 металургична страна в света[5]. Процентното изменение на дела на отрасъла в структурата на индустрията (от 5.3 % на 16.3 %) се дължи на чувствителното нарастване на неговото производство (индекс 216,1 при база 1995 г.), тоест на факта, че темпът на растеж на металургичното производство изпреварва темпа на растеж на общата промишлена продукция за този период. Увеличаването на производството на подотрасъла логично води до увеличаване на неговия дял в общото промишлено производство, което нараства с по-бавен темп. Днес, дори и след затварянето на комбината "Кремиковци" през 2009 г., българската металургия продължава да произвежда черни и цветни метали предимно за експорт за големите европейски машиностроителни заводи. Сравнително добрите залежи от руди на цветни, и в по-малка степен на черни метали в страната също предразполагат развитието на отрасъла, чиито комбинати традиционно са разположени около съответните находища. Неоснователни бяха голяма част от критиките към най-голямото ни металургично предприятие "Кремиковци", което стана жертва на интересите на различни екологични организации, чуждестранни конкуренти и лобистки кръгове в ЕС България да намали металургичния си потенциал и експортните приходи от металургични изделия. За съжаление българското правителство и този път не успя да защити националните икономически интереси и позволи с лека ръка ликвидирането на комбината "Кремиковци", което естествено облагодетелства конкурентите на България, най-вече от Австрия и Италия. Защо в Италия не затварят металургичните предприятия с половинвековна история, нима там не се развиват туризъм, земеделие и услуги?! Защото много добре осъзнават стратегическите си интереси и необходимостта от тежка индустрия за икономическото развитие на страната. Българските "реформатори" следва да отговорят на въпроса, има ли развити страни в света без развита тежка индустрия и тогава да пристъпват към вземане на решения в националното стопанство.

Производството и разпределението на електроенергия, топлоенергия, газ и вода е третият отрасъл по структурно значение в българската индустрия с 15.3 % дял в общата промишлена продукция. Процентното изменение на дела на продукцията на отрасъл енергетика в общата структура на индустрията (от 4.0 % на 15.3 %) се дължи на това, че темпът на растеж на подотрасъла (индекс 145,9 през 2009 г. при база 1990 г., или 45,9 % растеж за периода

[6] Данни за електропроизводството, АЕЦ "Козлодуй", http://www.kznpp.org/index.php?lang=bg&p=production&p1=electrical_reports

1990-2009 г.) изпреварва темпа на растеж на общото индустриално производство в този период. Увеличаването на производството на подотрасъла логично води до увеличаване на неговия дял в общото промишлено производство, което нараства с по-бавен темп. Авторът смята, че делът на отрасъл енергетика би бил още по-голям в общата структура на индустрията на страната, ако правителството беше съумяло да защити функционирането на 1-4 блокове на АЕЦ "Козлодуй". Нелогично и неразумно се оказа прибързаното затваряне на блоковете 1-4 на единствената ни атомна електроцентрала, от която зависи във висока степен електрозахранването в страната. През 2006 г., с четири работещи блока, централата произвежда 42.6 % от електроенергията в България[6]. Дори само с два работещи 1000 мегаватови блока след 2007 г., АЕЦ "Козлодуй" запазва своята роля на най-голяма генерираща мощност в страната. Атомните експерти от международните институции, като МАЕЕ, бяха и са единодушни, че АЕЦ "Козлодуй" е в добро техническо състояние и без проблеми може да работи десетилетия напред. Франция разполага с 58 атомни централи, повечето от които отстъпват в техническо отношение на АЕЦ "Козлодуй", но въпреки това те продължават да функционират, без никой да поставя никакви претенции и ултиматуми пред френските власти относно бъдещето на ядрените електроцентрали?! Във Великобритания също функционират редица реактори от стар тип, но пред страната също няма поставени подобни ултиматуми, както пред нашата страна. Изцяло нелогично е колебанието относно строителството на АЕЦ "Белене", това е един задължителен проект за страната. България може и трябва да построи поне още една атомна електроцентрала в бъдеще по река Дунав, ако иска да се превърне в енергиен лидер в региона, да продава електроенергия на съседни страни и да бъде независима в енергиен план страна, осигурявайки си и евтино вътрешно потребление на електроенергия. Днес българското население плаща нереално високи цени за електроенергията в бита и индустрията си, а това може да се промени в бъдеще със строителството на нови атомни електроцентрали.

Възможни решения пред българската промишленост

В заключение се очертават следните основни направления за стабилизирането, модернизирането и развитието на българската промишленост:

Национализация на определени промишлени структури

Както показва световната стопанска практика, и особено събитията от разразилата се световна финансово-икономическа криза след 2007 г, държавата има решаваща роля в икономическото развитие и стабилността на функционирането на икономическите системи. Българската промишленост в 2009 г. е 89,8 % частна собственост и само 10,2 % публична собственост, но икономическите резултати са незадоволителни и не отговарят на националните икономически интереси. Привлечените чуждестранни инвеститори са по правило от нисък клас и не търсят отраслево развитие, а предимно извличане на краткосрочни бързи печалби без оглед на икономическото развитие и благосъстояние на страната. Изтеглянето на държавата от финансови,

технологични и иновационни ангажименти в промишлеността обрече страната ни на тотална деиндустриализация. Пазарният фундаментализъм, приложен в сферата на промишлеността, доведе до нискоефективно производство, с ниска производителност на труда и ограничени възможности за международна реализация на производството. Държавата е редно да притежава мажоритарен дял в собствеността на стратегически предприятия в тежката промишленост. **В противен случай България оставя дефинирането на приоритетните отрасли за развитие на желанието на чуждестранните инвеститори, които решават къде да инвестират капиталите си и съответно кои подсектори да се развиват и кои не.** Не е целесъобразно предимно външни фактори да определят икономическата политика и икономическите приоритети на България. Външните инвеститори не се интересуват от индустриализацията и икономическото развитие на страната, а единствено от конюнктурата на пазара и печалбата, в мига, в който те нямат интереси от престоя в съответната страна, те обикновено разпродават активите и напускат. Държавата може и трябва да привлича стратегически инвеститори от висок клас в съответните подсектори на индустрията, но при строг контрол и наблюдение на техните действия, при строга законова рамка, така че действията на инвеститорите да се канализират в полза на България. Съвременната пазарна икономика е от смесен тип, тя не е нито изцяло частна собственост, нито изцяло публична собственост. Както показват резултатите от развитието на индустрията в страната ни, частната собственост сама по себе си не гарантира ефективност на производството и висока производителност на труда, не осигурява винаги производството на високо конкурентоспособни изделия. Нещо повече, оставен без контрол, частният капитал може за разруши индустриалната база за години напред, да експлоатира работната сила и да създаде деформирана представа за ефективността и рентабилността на съответните подсектори на индустрията, да наложи погрешни модели на отраслево развитие, лишавайки страната от икономически перспективи за десетилетия напред. След като Великобритания и САЩ не се притесняват да национализират промишлени предприятия, защо България да се въздържа от подобна политика? Авторитетният американски вестник "Ню Йорк таймс" например отбелязва, че САЩ не винаги се отнасят враждебно към национализацията, въпреки че винаги са били защитници на свободния пазар[7]. През изминалото столетие американското правителство е национализирало железници, мини, металургични заводи и дори банки, когато става дума за националните икономически интереси. През 1917 г. САЩ национализират жп компании, през 1952 г. американският президент Хари Труман национализира 88 стоманолеярни комбината за нуждите на Корейската война, а през 1984 г. американското правителство се сдобива с 80 % дял от банката Continental Illinois National Bank and Trust. "Дженеръл моторс" и "Ситигруп" са последните случаи на фактическа национализация в САЩ в резултат на световната икономическа криза.

[7] Lohr, S., US Not Always Averse to Nationalization, Despite Its Free-market Image, The New York Times, Monday, October 13, 2008, http://www.nytimes.com/2008/10/13/business/worldbusiness/13iht-nationalize.4.16915416.html

Следователно, национализацията е една перспективна възможност пред българската индустрия и нейното стабилизиране и технологично обновление (особено в сектори, свързани с националната сигурност). Национализацията би внесла известен баланс между формите на собственост в промишлеността и би намалила съществено рисковете от установяване на частни монополи в индустрията на страната, които по дефиниция предизвикват много повече неблагоприятни ефекти за обществото от държавните монополи.

Промяна на модела на функциониране на малки и средни предприятия в България

През 2009 г. в България функционират общо 33 471 промишлени предприятия, от които 33 115 са малки и средни такива (98,9 %), т.е с персонал под 250 души. Броят на големите промишлени предприятия в страната възлиза на 356, или 1.1 %. С подобна раздробеност на стопанските промишлени единици не е възможно да се гонят високи икономически цели, не е възможно България да увеличи сериозно обема на индустриалното си производство и да атакува успешно международните пазари. Илюзия е, че предимно с малки предприятия България ще може да увеличи осезаемо своя промишлен износ и да преодолее натрупалия се външнотърговски дефицит, който макар и значително съкратен, си остава сериозен външнотърговски проблем за страната, като текущото му намаление се дължи не толкова на ускоряване на темпа на увеличаване на износа, колкото на забавяне на темпа на увеличаване на вноса в условията на криза поради липса на средства за покупки на вносни стоки и стагниращa индустрия, която се нуждае от помалък внос. Малките фирми са поддоставчици към големите корпорации и обслужват техните производствено-търговски вериги, сами по себе си малките фирми по принцип са неефективни структури, с ограничен производствен и иновационен капацитет, с недостатъчен финансов ресурс за развойна дейност и нови производства. Малките компании у нас могат да са ефективни единици само ако работят и се включат в мрежите на едрите корпорации, с които обаче страната ни не разполага, и/или не е в състояние да привлече на своя територия. В условията на безпрецедентни сливания и поглъщания в бизнеса, вкл. в промишлеността в съвременния свят, да се очаква предимно с малки и средни предприятия увеличаване на индустриалното производство и експорт с високи темпове е нереална задача; да се разчита само на малки и средни предприятия за реиндустриализация на страната и увеличаване дела на индустрията в БВП – също толкова безперспективно.

Необходимо е **окрупняване на промишлените единици в България,** създаване на подходящи стимули пред малките и средни компании към сливания с цел извличане на икономии от производството и повишаване производителността на труда. Само посредством **уедряване на промишлените структури** в България може да се върви към по-стабилен растеж на промишленото производство и промишления експорт, а оттам и на доходите на населението. Съществуващата в България стопанска структура на малки и средни предприятия е крайно неефективна, непродуктивна и не отговаря на съвременните реалности и условия на развитие на промишлеността, обусловени от научно-техническата революция и глобализацията.

Приоритетно развитие на тежката индустрия

В последните две десетилетия се лансира тезата, че България не трябва да развива тежка промишленост. Изтъкват се различни причини – липсата на капитали, на квалифицирани специалисти, на суровини, на пазари за пласмент, на иновационен потенциал и т.н. Посочва се огромната технологична дистанция между България и развитите западни страни в индустриалните подсектори, счита се, че за България би било по-изгодно да внася високотехнологични промишлени стоки от всепризнатите лидери, отколкото сама да се опитва да произвежда такива с цената на скъпоструващо и нерентабилно производство. Лансира се съмнителната теза, че абсолютните и относителни преимущества на България били само в земеделието и леката промишленост, но не и в тежкоиндустриялните подсектори.

Мисля, че пред България няма друга алтернатива освен приоритетно развитие на тежката промишленост и преодоляване на модела на деиндустриализация в страната, налаган активно от неолибералните политици на прехода след 1990 г. Защото ако горните тези за нецелесъобразността от подкрепа и развитие на тежка индустрия бяха верни, днес в света нямаше да има десетки развити индустриални икономики. Защо развитите страни се наричат развити **индустриални** страни? Защо САЩ, Великобритания, Япония, Канада, ЕС инвестират от години и подкрепят тежкоиндустриялните си сектори със субсидии и протекционистичен външнотърговски режим? Има ли развити страни в света днес, без развита тежка индустрия или нейни отделни подсектори (изключваме някои от офшорните финансови центрове, т.н. фискални оазиси като Люксембург, Кипър, Монако и др.)? Това са някои от въпросите, на които трябва да отговорят българските псевдореформатори след 1990 г. и да сравнят начертания от тях път за България с приоритетите на други развити икономики. Структурата на индустрията на България днес се доближава много повече до характеристиките на индустриалното производство на страна от Третия свят, ориентирано предимно към лека промишленост и добив на суровини. Но тези подсектори на индустрията не могат да решат въпроса с външнотърговския дефицит, с необходимото нарастване на експортните приходи, с икономическия растеж. Подсекторите, където се произвеждат средства за производство, като машиностроенето и химическата индустрия, са основните носители на индустриалния прогрес и основни източници на стоки с **най-висока добавена стойност** в националната икономика, респективно в експорта., характеризиращи се с най-висока възвръщаемост в дългосрочен период. Тяхното развитие трябва да се търси и от България, независимо че страната ни не разполага с изобилие от капитали и суровини. Ако България иска да се доближи отново до групата на развитите индустриални държави както преди 1989 г. и да не е обслужваща по отношение на развитите икономики, тя трябва да промени приоритетите в икономическата си политика (доколкото въобще сега има такива) в посока развитие на приоритетно тежкоиндустриялни производства, в т.ч. високотехнологични производства, на основата на дългосрочна стратегия за реиндустриализация на страната. В това е шансът за България.

Литература:

1. "България, която изгубихме", данни на инж. Иван Пехливанов, заместник-министър на машиностроенето през 70-те години, http://bgsviat.narod.ru/BulgAria_koqto_izgubihme.htm

2. Данни за електропроизводството, АЕЦ "Козлодуй", http://www.kznpp.org/index.php?lang=bg&p=production&p1=electrical_reports

3. Информационен бюлетин, БНБ, бр. 10/2011, с. 85, с. 93.

4. Манов, В., Една пренебрегната алтернатива, която животът потвърждава, сп. "Алтернативи", юни 1996 г., с. 13-24.

5. Манов, В., Ролята на държавата в икономиката, сборник на УНСС, 2008 г., с. 61-119, http://www.unwe.acad.bg/research/br17/2.pdf

6. Попов, Г., Тенденции на чуждестранните инвестиции в индустрията на България, сп. "Икономически алтернативи", бр. 4/2008 г., с. 53-62, http://alternativi.unwe.acad.bg/br27/05.pdf

7. Lohr,S., US Not Always Averse to Nationalization, Despite Its Free-market Image, The New York Times, Monday, October 13, 2008, http://www.nytimes.com/2008/10/13/business/worldbusiness/13iht-nationalize.4.16915416.html

8. Williamson, J., A Short History of The Washington Consensus, paper commissioned by Fundacion CIDOB for a conference "From The Washington Consensus towards a New Global Governance", Barcelona, September 24-25, 2004., http://www.iie.com/publications/papers/williamson0904-2.pdf

Table of Contents and Summaries

Articles

A Constructive-crytical Reading of the Anti-counterfeiting Trade Agreement (ACTA)
Violeta Tsakova

The article deals with the issues raised by the acceptance of a new international treaty for the protection of intellectual property – ACTA.

A comparative analysis reveals the differences between the standards, procedures, measures and instruments for the protection of intellectual property as set forward in ACTA and in other international treaties, in EU and national legislation. A number of weaknesses in ACTA are pointed out and substantiated, which marks it as imprecise and unbalanced towards the rights and interests it protects.

The article points out the possible benefits ACTA can offer to EU economy and policy, and to the protection and enforcement of intellectual property in Bulgaria.

Key words: ACTA, TRIPS, intellectual property, copyright.

JEL: K12, K33, O34.

The Modified Rationality as an Alternative to the Neoclassical View of "Homo Economicus"
Dyanko Minchev

The paper presents a critical reexamination of one of the basic hypotheses of mainstream economic theory – that of the rationally acting economic subject, or "homo economicus". The view of the neoclassical economists is set against the concept of the modified rationality in one of its variants – when having an individual as economic subject.

Key words: rationality, modified rationality, "homo economicus".

JEL: A10, A19, B59.

The Internationalization Tendency and the Countertendency of Regionalization in Contemporary Economics
Veselina Atanasova

The paper explores the internationalization and regionalization tendencies in contemporary economics as a scientific and professional field. The focus is on the shift of the geographic centre of economics, on the process of its internationalization and, on this basis, on the emerging tendency of its regionalization. A contemporary manifestation of these tendencies (of professionalization and regionalization of economics) is, respectively, the formation of the so called "global economics" and the parallel following of traditional and non-mainstream approaches. The depicted tendencies and aspects are looked upon as starting points in the discussion of the current state and the perspectives of the contemporary economics and of the contemporary European economics in particular.

Key words: internationalization of economics; regionalization of economics; global economics; traditional and non-mainstream approaches; European economics.

JEL: A10; A14; B00; B40.

Table of Contents

Increasing Profits through Choice of Clients in Direct Marketing
Krasimir Marinov

Many firms have experienced greater success through implementing relationship marketing strategies. This is achieved by gaining knowledge about own customers through database marketing and about the general marketplace through marketing research. We hold that customer profitability is starting point for a customer relationship management strategy and that different customers should be rewarded and satisfied differently. We propose new customer segmentation and outline strategies to maximize profits using proper customer management.

Key words: customer lifetime value, customer relationship management, profits.

JEL: M31, M39.

Value-based Market Segmentation – Prerequisite for Successful Pricing Strategy
Tatyana Netseva-Porcheva

The market segmentation, based on the perceived value of a product by the customer is a prerequisite for a successful pricing. The value based segmentation allows to the company to be focused on certain product cha-racteristics that are especially important for the consumers in a relevant segment. With this focus, the company is able to persuade its customers to pay a higher price for a particular product. The understanding of the perceived product value by the customers will allow to a lot of companies to develop more appropriate pricing strategies for each segment, which usually results in higher revenues.

Key words: market segmentation, segmentation criteria, algorithm for market segmentation based on perceived value.

JEL: M31, M39.

About the Amount of the Cash Benefit for Pregnancy and Childbirth
Rayna Koycheva

The amount of the social security payments is one of the most important indicators for the level of activities performed by the state social policy in the field of social security. The cash benefit for pregnancy and birth is regulated in Art. 49, para. 1 of the Social Security Code. Its amount is 90 percents of the lost wage or of other contributory income.

This legislative approach should not be approved. Cash benefit for pregnancy and childbirth must be equal to the remuneration which the mother has received before the leave. Lower benefit, as compared to the previous salary, has a negative impact on women's rights and does not take into consideration the significance of maternity.

Key words: benefit amount, social insurance, maternity insurance, women, Social Security Code.

JEL: K31.

The Concentration in the Bulgarian Private Pension-insurance Market (2001-2011)
Ekaterina Tosheva

The paper considers the concentration in Bulgarian private pension-insurance market in the period 2003-2011. Different measures of concentrations for pension insurance companies, universal, professional and voluntary funds are estimated. The calculation is based on members, net assets and contributions. The changes in different measures of concentration are analyzed. The conclusion is that the private pension market is highly concentrated, but there is a tendency for decrease in concentration.

Key words: concentration, measures of concentration, pension funds, pension-insurance companies, pension reform in Bulgaria.

JEL: C10, D63, G23.

Prediction Markets
Blagovesta Nikolova

Prediction markets represent relatively new area for research activities. During the last decade they have provoked the interest of both the scientific community and corporate organizations due to the accuracy of the predictions they produced. This draws the attention of the concerned with their advantages scholars to-

wards the following question: How effectively such markets aggregate information and how that can be utilized not only in the political decision-making process, but also for optimizing corporate management? This article has two main aims: 1. an attempt to evaluate the strengths and weaknesses of prediction markets as a forecasting tool; 2. reflection on the "prediction markets" phenomenon as manifestation of foresight commercialization and as practice close (or even equivalent) to gambling.

Key words: prediction markets, foresight, relevant information.

JEL: G19, Y80.

Discussion

Global Power – Risks for the Near Future
Georgi Naydenov
Kaloyan Haralampiev

The studied problem is how the wars that the U.S. elite unleashes create risks for the near future. The risks in the global economy and politics are examined. It has been suggested that the wars in Afghanistan and Iraq are the reason for the large scale of the global economic crisis. Through statistical analysis it is proved that in the first decade of the XXI century both Republican Bush administrations lead an anti-liberal policy, increasing colossally the military budget. The only chance for the protection from new major economic crises is the conversion of U.S. defense industry.

Key words: Anglo-Saxon Elite, Military Budget, Government Expenditure, GDP.

JEL: C11, C22, H56, N42.

Review

Modeling the Responsibility on the Incorrect Presentation of Information in Financial Statements
Plamena Nedyalkova

The article presents the views of a particular group of Western specialists, offering, application of mathematical models to the determination of liability of those responsible, on submission of incorrect information in the financial statements of the monopolies. Together with the presented two mathematical models, the author stops his attention to a Western graphical model that is based on microeconomic policies. This model graphically presents the assumed risk and responsibility on the part of preparers of financial statements and the heads of a monopoly enterprise, not on correct and incorrect presentation of accounting information.

Key words: accountability, blame people, information, model.

JEL: C65, M49.

Condition and Problems of the Bulgarian Industry in the Transition Period
Toma Nikolov

An object of analysis is the process of deindustrialization in Bulgaria in 1990-2010. There are presented some main indicators for the industrial development of the country as a whole and in branches. The author seeks the reasons for the deindustrialization of Bulgaria, and finds some mistakes of the economic policy of the country after 1990. The author presents some possible decisions for the industry and for overcoming of the deindustrialization – nationalization of industrial companies, a change of the model of small and medium-sized enterprises in Bulgaria and special support of the heavy industry.

Key words: deindustrialization, privatization, nationalization, small and medium-sized enterprises, heavy industry.

JEL: L60, N60, O14.

Contents and Article Summaries

Guide for Authors

Към уважаемите читатели и автори на сп. "Икономически и социални алтернативи"

Списание "Икономически и социални алтернативи" прави публично достояние част от най-добрите теоретични, методически и приложни изследвания на преподавателите и докторантите от Университета за национално и световно стопанство, както и от други български и чуждестранни университети и научни организации. На страниците на списанието можете да намерите статии, които: осветляват и предлагат решения на важни проблеми на икономическата и социалната практика от позицията на съвременните научни постижения; обогатяват дискусиите по най-новите икономически теории, подходи и методи и предлагат алтернативни решения; разглеждат проблемите на интеграцията на българската икономика в европейското икономическо пространство; разглеждат интердисциплинни проблеми като икономика и управление, социология и икономика, право и икономика, технология и икономика и др.

1. Ръкописите се изпращат на адрес: София 1700, Студентски град "Хр. Ботев", Университет за национално и световно стопанство, редакция на сп. "Икономически и социални алтернативи", кабинет 3046.

Електронният адрес на списанието е: ealt@abv.bg; ikonalt@unwe.acad.bg.

2. Редакцията на списанието приема статии, които представят синтезирано резултатите от мащабни колективни и индивидуални теоретични и практически изследвания (в обем до 20 стандартни страници), критично-дискусионни статии за нови концепции и управленски практики (в обем до 10 стандартни страници), статии, които по характер са кратки методически авторски разработки (в обем до 10 стандартни страници). Статиите да са подготвени с редактор Microsoft Office Word 2003 (минимум) за Windows на шрифт Times New Roman, размер 12 пункта и междуредие 1,5.

3. Първата страница на ръкописа да съдържа последователно следната информация: заглавие, име и фамилия на автора (авторите), резюме до 300 думи, ключови думи (до пет думи), номера на научната област от JEL класификацията,. JEL класификацията може да бъде намерена на интернет адрес http://aeaweb.org/jel/guide. Под линия с

индекс звездичка след името и фамилията на автора се дава информация за академичната длъжност на автора, организацията (институцията), от която е авторът, адреса за кореспонденция, телефона, FAX и e-mail адреса. Тази информация се дава последователно за всеки автор. Заглавията на статиите не бива да съдържат абревиатури.

На отделен лист и на електронен носител се представят на английски език заглавието, името и фамилията на автора, резюмето, ключовите думи и номерата от JEL класификацията. Отговорност за точността на превода носи авторът.

4. Желателно е основният текст да съдържа увод, методология, описание на изследването и резултатите, заключение. Забележките под линия да са номерирани последователно с арабски цифри и да са ограничени по брой и обем. Представените формули се номерират (1), (2) и т.н. отдясно на формулите. Ако е необходимо, доказателствата на формулите се дават на отделен лист за ползване от рецензентите и не се публикуват. Всички графики и диаграми трябва да бъдат означени като фигури, номерирани последователно с арабски цифри. Наименованието е под фигурите. Таблиците да се номерират последователно с арабски цифри и да бъдат наименовани (над таблиците). Под таблицата се посочва източникът на включените в нея данни.

5. При цитиране в текста на публикации от други автори да се спазват посочените по-нататък правила.

Когато се цитира конкретен текст от чужда публикация, да се посочват страниците: Павлов (2002, с. 333) твърди, че ". . . . . ". Без посочване на конкретен текст е само: Павлов (2002) потвърждава тезата за наличието на връзка . . .

Когато името на автора не е посочено директно в текста, то се поставя в скоби заедно с годината на публикацията: Този проблем е вече изследван (Кругман и др., 1997).

Когато в едно изречение са посочени повече от един автор, те се цитират: Smith (2000) и Born (2002) също доказват, че . . . .

При повече от една публикация по темата от даден автор позоваването е: Както предлага Barney (1991; 1997) . . . или Изследвания през 90-те години (Barney, 1991; 1997) показват, че . . .

Ако се използват няколко публикации от един автор в една и съща година, след годината се добавя малка буква а, в, с и т.н. Пример: Предходно изследване на Porter (1990а) показва, че . . . , но по-късно изследване отново от Porter (1990в) разширява това твърдение с нови аспекти.

При цитиране на вторични източници форматът е: Изследване на Brown (2000, цитирано в Smith, 2004, с. 120) показва, че . . .

Списъкът с използваните източници да се даде след основния текст без номериране. Подреждането е по азбучен ред на фамилиите на авторите, първо на кирилица, а след това на латиница и други езици. Поредността на публикациите от един автор се отбелязва чрез доба

вяне на малки букви а, в, с и т.н. след годината на публикуване.

При съставяне на списъка с използваните литературни източници да се използват следните модели (формати):

За книги и монографии

Porter, M. 1990. The Competitive Advantage of Nations. New York: The Free Press.

Post, J., Lawrence, A. and Weber, J., 1999. Business and Society. 9th ed. Irwin/McGraw – Hill.

Георгиев, И., 1999. Основи на инвестирането. София: Университетско издателство "Стопанство".

За статии

Farrell, J. and Shapiro, C., 2008. How Strong Are Weak Patents? American Economic Review, 98(4), pp. 1347-1369.

Динков, Д., 2011. Виртуалните общности в постмодерния свят. Икономически алтернативи, № 4, с. 3-18.

При посочване на автор от колективна публикация

Friedman, M., 1991, The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits, in J. Bower (ed.), The Craft of General Management, Boston: Harvard Business School Publications, 287-296.

За електронни източници

Ако източникът е уеб сайт, информацията се подрежда, както следва:

източник, година, заглавие на уеб документа или уеб страницата [средство за достъп], наличен в: уеб сайт адрес/ URL[Дата на последно влизане на потребителя (за застраховка)]

Пример: American Economic Association, 2012. JEL Classification Codes Guide, [online] Available at: <http://www.aeaweb.org/jel/guide [Accessed 15 May 2012].

За непосочените случаи и източници да се използва Харвардската система за цитиране и съставяне на библиографски списъци.

6. Ръкописите се представят в електронен вид на CD и на хартиен носител в два екземпляра. На диска изпишете Вашето име, софтуера, който сте използвали, и името на файла, съдържащ Вашия ръкопис. Трябва да сте сигурни, че файлът на CD и печатният екземпляр са идентични.

7. Ръкописите, които не отговарят на посочените в т. 2 до т. 5 изисквания, се връщат на авторите за преработване. Ръкописите се рецензират, а решението за отпечатване за преработване или за отхвърляне на статията се взема от Редакционната колегия. Редакционната колегия информира авторите за взетото решение. Всеки автор получава безплатно два броя от съответния брой на списанието.

8. В списанието се приемат за отпечатване ръкописи, които не са публикувани другаде. Приемането на статията за отпечатване означава, че авторските права върху ръкописа са прехвърлени на списанието. Статията или части от нея не могат да бъдат публикувани в други издания без писменото съгласие на Редакционната колегия.

Списанието излиза в 4 книжки годишно.

Сп. "Икономически и социални алтернативи" може да бъде закупено от книжарницата на УНСС.