

ISSN 0013-2993

ГОДИНА / YEAR
LXII
КНИЖКА / BOOK
2 • 2017

Икономическа мисъл Economic Thought

БЪЛГАРСКА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ
ИНСТИТУТ ЗА ИКОНОМИЧЕСКИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

BULGARIAN ACADEMY OF SCIENCES
ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE

СЪДЪРЖАНИЕ

CONTENTS

Васил Тодоров	Съвременна политическа икономия в България: проблеми на идентификацията.....	3
Vasil Todorov	Modern political economy in Bulgaria: identification issues	
Кристиян Хаджиев	Управление на виртуални екипи – теория и методология.....	30
Kristian Hadjiev	Managing virtual teams – theory and methodology.....	51
Мирослав Неделчев	Разнообразие на банковите бордове.....	71
Miroslav Nedelchev	Diversity on banks' boards	
Ралица Димитрова	Оценка на признаването на бранда – подходи и предизвикателства.....	92
Ralitsa Dimitrova	Assessment of recognition of the brand - approaches and challenges	
Карен С. Саргсян	Съвременни предизвикателства пред фискалната и паричната политика в Република Армения.....	115
Karen S. Sargsyan	The modern challenges of fiscal and monetary policy in the Republic of Armenia.....	131
КОНСУЛТАЦИИ / CONSULTATIONS		
Васил Стоянов	Изследователски методи в поведенческата икономика и невроикономиката.....	145
Vasil Stoyanov	Research methods in behavioral economics and neuroeconomics	
КОМЕНТАРИ / COMMENTS		
Виктор Йоцов	Размисли по повод новата книга на Джоузеф Стиглиц.....	157
Victor Yotzov	Reflections regarding the new book by Joseph Stiglitz	

EDITORIAL BOARD

Prof. LIUDMIL PETKOV, Dr. Ec. Scs. – Editor-in-chief (Economic Research Institute at BAS), **Prof. STATTY STATTEV, Dr. Ec. Scs.** – Deputy Editor-in-chief (University of National and World Economy), **Prof. VALENTIN GOEV, PhD** (University of National and World Economy), **Prof. VESSELIN MINTCHEV, PhD** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. GANCHO GANCHEV, PhD** (South-West University “Neofit Rilski”), **Prof. GARABED MINASSIAN, Dr. Ec. Scs.** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. DARINA RUSCHEVA, PhD** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. ZOYA MLADENOVA, PhD** (University of Economics - Varna), **Prof. YORDAN HRISTOSKOV, PhD** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. JOSIF ILIEV, Dr.Ec.Sc.** (University of National and World Economy), **Prof. KAMEN KAMENOV, Dr.Ec.Sc.** (Academy of Economics “D. A. Tzenov” - Svishtov), **Prof. POBEDA LOUKANOVA, PhD** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. ROSSITSA RANGELOVA, Dr. Ec. Scs.** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. ROSSITSA CHOBANOVA, Dr. Ec. Scs.** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. RUMEN BRUSARSKI, PhD** (University of National and World Economy), **Assoc. Prof. TSVETAN KOTSEV, PhD** (European Higher School of Economics and Management - Plovdiv)

EDITORIAL COUNCIL

Prof. ANTONIO SÁNCHEZ ANDRÉS, PhD (Universidad de Valencia), **Prof. BORISLAV BORISOV, PhD** (University of National and World Economy), **Acad. Prof. VALERIY M. GEETS, Dr. Ec. Scs.** (Institut po iekonomika i prognozirane pri NANU - Ukraina), **Prof. VENIAMIN N. LIVCHITS, Dr. Ec. Scs.** (Institute for Systems Analysis - Russian Academy of Sciences), **Prof. JACQUES VILROKX, PhD** (Free University of Brussels), **Prof. YORGOS RIZOPOULOS, PhD** (Université Paris 7 Diderot), **Prof. ILIA BALABANOV, Dr.Ec.Sc.** (Economic Research Institute at BAS), **Prof. Dr. LUCIAN-LIVIU ALBU** (Institute for Economic Forecasting - Bucharest), **Prof. LIUBEN KIREV, PhD** (Academy of Economics “D.A. Tzenov” - Svishtov), **Prof. MARIANA MIHAILOVA, PhD** (European Higher School of Economics and Management - Plovdiv), **Prof. PLAMEN ILIEV, PhD** (University of Economics – Varna), **Assoc. Prof. TEODOR SEDLARSKI, PhD** (Sofia University “St. Kl. Ohridski”), **Prof. FUSAO ITO, PhD** (Tohoku University - Sendai, Japan), **Prof. YURY YAKUTIN, Dr. Ec. Scs.** (Gosudarstvennyy Universitet Upravleniya - Moscow)

Editor-in-charge **HRISTO ANGELOV**, Editor **NOEMZAR MARINOVA**

Address of the editorial office: Sofia 1040, 3, Aksakov Street

Tel. (02) 810-40-37; Fax 988-21-08

http://www.iki.bas.bg; E-mail: econth@iki.bas.bg; ineco@iki.bas.bg

© ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE AT BAS

2017

c/o Jusautor, Sofia

All rights reserved! No part of this issue may be copied, reproduced or transmitted in any form or by any means without prior written permission.

The journal is published with the support of the University of National and World Economy

UNWE Printing House

Проф. д-р ик. н. Васил Тодоров*

СЪВРЕМЕННА ПОЛИТИЧЕСКА ИКОНОМИЯ В БЪЛГАРИЯ: ПРОБЛЕМИ НА ИДЕНТИФИКАЦИЯТА¹

В началото на XXI век в България определено се проявява интерес към съвременната политическа икономика - през периода 2001-2016 г. в тази област има над 100 публикации от български автори, а през последните 10 години са проведени три национални научни конференции (2007, 2013, 2016 г.). Но както в страната, така и по света възгледите по много въпроси, вкл. „Какво е съвременна политическа икономика?“, се различават или дори са диаметрално противоположни. Във връзка с това са обсъдени различията във възгледите, предложен е и е приложен аналитичен инструментариум, чрез който се постига по-добра подреденост и непротиворечивост при идентификацията на съвременната политическа икономика, като се изразява предпочитание към развиване на класическата линия в нея.²

JEL: A10; B50; B59; P16

Ключови думи: икономическа теория, политическа икономика, съвременна политическа икономика, идентификация

Политическата икономика в България, 1989-2016 г.: общ поглед

До 1989 г. в България, както и в целия тогавашен социалистически свят, икономическата теория³ се развива и преподава като (марксистка) политическа икономика. В трите сегашни икономически университета (тогава институти) и в

* Институт за икономически изследвания при БАН, todorov.v@abv.bg

¹ Статията е подготвена по материали от пленарен доклад „Политическата икономика в България в началото на XXI: състояние и перспективи (в търсене на пътя)“, изнесен пред Третата национална конференция по политическа икономика – Русенски университет „Ангел Кънчев“, 29-30 септември 2016 г. Разглежданата тема е обширна и налага да се има предвид политическата икономика не само в България, а и по света. Възприе се да се работи само с български публикации, а картината за света да се представи през погледа на българските автори. Като правило не се обсъждат конкретни автори и произведения или техни тези, становища, позиции. Извеждат се характерни черти и опорни точки, очертаващи контурите на общата картина на състоянието и перспективите на съвременната политическа икономика в България и на стоящите пред нея проблеми. В цитатите, дадени в кавички, добавките в квадратни скоби са от автора – В.Т.

² Prof. Vasil Todorov, Dr. Ec. Scs. MODERN POLITICAL ECONOMY IN BULGARIA: IDENTIFICATION ISSUES. *Summary:* At the beginning of the XXI century in Bulgaria there has been a keen interest in the modern political economy: within the period 2001 – 2016 there were over a hundred publications from Bulgarian authors in this sphere; and over the last ten years three national scientific conferences were held (in 2007, 2013, 2016). However, both in the country and worldwide, the concepts on many issues, including "What is modern political economy?" differ, or are even diametrically opposed. Therefore the article addresses these differences, offers and applies an analytical tool, which allows for a better order without controversy in the identification of modern political economy with implied preference for development of the classical line therein. Keywords: economic theory, political economy, modern political economy, identification.

³ Тук и по-нататък се има предвид общата (базисната, фундаменталната) икономическа теория. С определенията „обща, базисна, фундаментална“ се указва, че това е теория, стояща в основата на знанията за икономиката.

други висши учебни заведения има катедри, а в УНСС (тогава ВИИ „К. Маркс“) – и учебна специалност „политическа икономия“. В класификатора на научните специалности теорията се обхваща в първите му две позиции – политическа икономия и история на икономическата мисъл.

С прехода към новата общественно-икономическа и политическа система *и като част от него* марксистката икономическа теория е заменена с неокласическия икономикс, наименованието „политическа икономия“ излиза от употреба, катедрите по политическа икономия в неикономическите ВУЗ са закрити, а в трите икономически университета се преименуват съответно на „Икономикс“ в УНСС, „Обща икономическа теория“ във Варна и „Обща теория на икономиката“ в Свищов, което⁴ кореспондира с прехода на трите катедри към неокласиката. В академичните среди и извън тях промяната в наименованието се свързва с марксизма, който не се вписва в новата общественно-политическа система. Така политическата икономия, схващана в по-тесен смисъл като марксистка икономическа теория, а в по-широк – като теория извън доминиращата неокласика, се придвижва от центъра, където беше преди, към периферията на академичното и публичното пространство.⁵

През следващите десетина години у нас има отделни публикации (вж. Икономикс: смяна на научната парадигма..., 1995; Минчев, 1996; Младенова, 1996; Тошкова, 1999), в които по различни поводи се обсъжда и политическата икономия. Нейният „ренесанс“ в България – ако използваме този термин (Минчев, 2013; Тонев, 2005), започва след 2000 г. През 2003 г. в УНСС е проведен национален семинар-дискусия по проблемите на икономическата теория, където и терминологично, и по същество се обсъждат въпроси и на политическата икономия. Показателно е заглавието на единия от двата водещи доклада – „Икономикс и политическа икономия: критика на становищата относно общото и различното между тях“ (Миркович, 2003; вж. също Тонев, 2003). През 2004 г. също в УНСС се провежда научна конференция по преподаването на икономическата теория и отново се дискутират въпроси и на политическата икономия (Минчев, 2005, с. 93-94; Тонев, 2005).

През 2007 г. в ИУ-Варна катедра „Обща икономическа теория“ организира национална конференция „Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория“ (докладите са публикувани в Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория..., 2007).

⁴ Първите в България катедри по политическа икономия са създадени през 1937 г. във Висшето търговско училище (сега Икономически университет) – Варна (Ковачев, 2007, с.13; Лулански, 2014, с. 397) и през 1938 г. във Висшето търговско училище (сега Стопанска академия) – Свищов (Лулански, 2014, с. 397).

⁵ Но в хаоса на прехода в Класификатора на научните специалности и след промените в него от началото на 90-те години (Държавен вестник, бр. 34/27.04.1990 г.) остана позицията „политическа икономия“, като под това се има предвид икономическа теория в най-общ смисъл. Такава беше и продължава да бъде практиката по обявяване на докторантури, присъждане на научни степени и хабилитационни научни звания и при заемане на академични длъжности.

През 2010 г. в УНСС е създадена самостоятелна катедра „Политическа икономия“. Разкрита е специалност „Политическа икономия“ на бакалавърско и на магистърско ниво. През 2013 г. катедрата провежда първата си национална конференция (втора за страната) „Политическа икономия и икономическа теория“ (докладите са публикувани в Политическа икономия и икономическа теория..., 2014). През 2014 – 2015 г. се дипломират първите випуски бакалаври и магистри.

От периода между първата национална конференция (ИУ-Варна, 2007 г.) и втората (УНСС, 2013 г.) и извън представеното на тях има около 20 публикации, в които се обсъждат въпроси на политическата икономия.

През 2015 г. до три ръководни нива в УНСС (ректор, декан, ръководител на катедра) беше изпратен експертен доклад (Тодоров, 2015), в който се поставят дискуссионни въпроси на развитието на политическата икономия в университета.

През 2016 г. се проведе Третата национална конференция „Политическата икономия в България в началото на XXI век“ (докладите са публикувани в Национална научна конференция по политическа икономия..., 2016).

В началото на XXI век в България определено има интерес към политическата икономия – *три национални конференции за десет години и над 100 публикации след 2000 г.!* Докладите на конференциите и публикациите извън тях са с автори от различни катедри, факултети, университети и научни организации. Но има и проблеми. Смущаващо е разсейването в тематиката, разминаването на виждания, становища, представи по основни въпроси, вкл. и може би най-много по отправния въпрос за идентификацията на политическата икономия. Може ли да се развива една наука или теория, без да има отговор на въпроса коя е тя?

Представи за политическата икономия: състояние на проблема

Идентификацията на политическата икономия е обширна тема с дълга история. Тя се обсъжда от Смит, Маркс, около и след тях.⁶ Въпросът „Какво е политическа икономия?“ стои в заглавието на произведение от 1875 г.⁷ Оттогава и досега той неведнъж е обсъждан в публикации и в справочни издания.⁸

През последните 15 години у нас има няколко публикации, посветени изцяло или в значителна степен на идентификацията (Коева, 2007; Маринов, 2011; Младенова, 2007, 2008; Проданов, 2011; Тодоров, 2015; Тошкова, 2016).⁹

⁶ Имам предвид Сей, Малтус, Сисмонди, Прудон.

⁷ Macleod, H. D. (1875). What is Political Economy? – Contemporary Review, N 25 (цит. по Коева, 2007, с. 8, 24).

⁸ Препратки към обсъждания по въпроса в справочни издания има в Коева, 2007, с. 10, 11, 12; Младенова, 2008, с. 142, 143; Проданов, 2011, с. 94, 95, 96; 2014, с. 47, 51-53.

⁹ Към нея се взема отношение в още над 30 източника (Балабанов, 2007, с. 30, 32-34; Борисова, 2016; Великов, 2014, с. 413; Градинаров, 2014, с. 81-83; Дончева, 2007, с. 244; Замфирова, 2007, с. 82-83; Йонева, 2014, с. 206-207; Казаков, 2007, с. 197-202; Кацарски, 2014, с. 72-73, 75; Кирова,

Много „политически икономии“?

Докладът на Проданов (2014, с. 58) завършва с констатацията, че няма една-единствена политическа икономия (ПИ), има много политически икономии, или по-скоро бих добавил, много са случаите, когато нещо е наричано или се самонарича „политическа икономия“. Без претенции за изчерпателност в изброяването тези „много политически икономии“ са: класическа; марксистка; политическа икономия на капитализма; на социализма; неомарксистка; радикална; международна (наричана също глобална) (Маринов, 2011); ПИ на международната търговия; на световната търговска организация (Проданов, 2011, с. 115); на международните търговски преговори (Атанасов, 2007а); нова политическа икономия; конституционна ПИ; политическа икономия на икономическия растеж; на устойчивото развитие; на зелената икономика; на околната среда (Ножаров, 2014, с. 177, 185); на енергийните ресурси (Лулански, 2011, с. 7); на енергетиката; на глобалната (световната) енергетика; на енергийната политика; международна политическа икономия на петрола и газа (Йонева, 2014, с. 206-207); ПИ на ядрената енергетика (Проданов, 2011, с. 115); на гражданското общество; на Европейския съюз; на разпада на Европейския съюз (Проданов, 2016); на регионалното развитие (Лулански, 2014, с. 410); ПИ на културата; на образованието; на културата, науката и образованието; на комуникациите (Лулански, 2011, с. 7); на глобалните комуникации; на Интернет (Проданов, 2011, с. 114), на медиите (Михайлова, 2014); ПИ на данъчната политика (Проданов, 2011, с. 114); на плоския данък (Гечев, 2009); политикономически теории на технологичната промяна (Чобанова, 2014, с. 109-110).

В Проданов (2011, с. 96-121; 2014, с. 45-54) срещаме над 40 „политически икономии“ – някои от вече споменатите, както и: неокласическа; кейнсианска, неокейнсианска и посткейнсианска; срафианска¹⁰; социална; феминистка; ПИ на труда; на здравеопазването; на профсъюзите; на пенсионните системи; на бедността; на политическите партии; на спорта; на религията; на публичната администрация; на корупцията; на престъпността и корупцията; на проституцията; на реформите; на революциите; на тероризма; ПИ на правителствената регулация; на прехода в страните от Централна и Източна Европа и на присъединяването им към Европейския съюз; на глобалната сигурност; на неравенството; на глобалното неравенство; на разпадането на държавите и появата на нови държави;

2014, с. 439-440; Китанов, Желязкова, 2016, с. 277-278, 282; Колев, 2007, с. 104-105, 107; Кънев, 2014, с. 99, 103-104; Лулански, 2011, с. 7; 2014, с. 405-407, 410; Марикина, 2011, с. 235, 236-238, 246; Минчев, 2007, с. 123-124, 127-130; 2013, с. 7, 306, 346-348; 2014, с. 91-92; Миркович, 2011, с. 123-125; Михайлов, 2007, с. 310, 314; Михайлова, 2014, с. 450-451; Младенова, 2011, с. 24, 75; 2016, с. 32-34; Ножаров, 2014, с. 177, 185; Пейовски, 2014, с. 119; Проданов, 2014, с. 44-51, 54, 58; Сярова, 2016; Тонев, 2003, с. 101-102; 2005, с. 125-127; Тошкова, 2014, с. 32; Чипев, 2014, с. 498; Чобанова, 2014, с. 107-111).

¹⁰ По името на известния италиански икономист, посткейнсианец и неорикардиец Пиеро Срафа. (По-голяма част от творческия си живот Срафа прекарва в Кеймбридж и е един от хората в обкръжението на Кейнс.)

институционална и неoinституционална политическа икономика; ПИ на чуждестранната икономическа помощ; на международните конфликти; на реформата в ОИСР; на поведението на гласоподавателите; на финансовата регулация; на валутните режими; на инфлацията; на банките; на глобалния финансов капитал; ПИ на местната власт; на жилищното строителство; на омразата; на частния бизнес със сигурността; на производството и търговията с оръжие; на развитието; на закъснялото развитие, на развитието на Латинска Америка; нова политическа икономика на развитието; ПИ на трите власти; на социалната държава и бедността; на Китай; на страните от БРИК (Бразилия, Русия, Индия, Китай); на Африка; на войната, на избраната и войната.

Привеждам този дълъг списък, извадка от българската, а чрез нея и от световната литература като показателен шрих от ситуацията с представите за политическата икономика в България и по света. Всичко това „политически икономии“ ли са? Какво изобщо е „политическа икономика“?

Неопределеност, несъвместимост и противоречия в представите за политическата икономика¹¹ – по-характерни случаи

1. За политическата икономика веднъж се казва, че е наука, друг път – че е теория, а трети – че е подход, методология (вж. Марикина, 2011; Младенова, 2007, 2008; Тошкова, 2014, 2016). Наука, теория и методология не са едно и също, дори ако се отчете, че една теория или елементи от нея могат да се ползват като методология в друга наука или теория.

2. Обичайно от Кене, Смит и досега политическата икономика се възприема като теория. Но от прегледа на „много политически икономии“ се вижда, че повечето от тях не са (обща, базисна, фундаментална) теория, а са приложна наука, учебни университетски дисциплини или конкретни изследвания. Едва ли би могло да се приеме например, че това, което е наименувано като политическа икономика на образованието, на медиите, на здравеопазването или на омразата, на корупцията, на спорта, на сигурността и т.н., е в общата (базисната, фундаменталната) икономическа теория.

3. Една от съществуващите интерпретации е, че политическа икономика са неортодоксалните (хетеродоксалните) теории. Кой са тези теории? Еднозначен отговор няма както в литературата по политическа икономика, така и в специализираната научна и учебна дисциплина „История на икономическия мисъл“ и в справочните издания, вкл. в специализирани речници и енциклопедии по политическа икономика.¹²

¹¹ Когато се говори за политическа икономика, най-често се има предвид сферата на науката, но понякога също и университетското образование, съответно – политическата икономика като учебна дисциплина или специалност.

¹² „Неортодоксална (или хетеродоксална) политическа икономика: ... [са] институционализъм, марксизъм, посткейнсианство, шунпетерианство, социоекономика, политическа икономика на международните отношения, екологична икономика, политическа икономика на развитието“ (Маринов, 2011, с. 23). Изброяването е по чужд източник.

Неортодоксът (хетеродоксът) се смята за политическа икономия, но наред с това се обявява и за икономикс (Атанасова, 2007, с. 154-155); в каталозите на издателство „Elgar“ хетеродоксът също е икономикс (heterodox economics).

4. Обикновено „политическата икономия се възприема като нещо, различно от икономикса (и извън икономикса)” (Младенова, 2008, с. 143, 146; вж. също Йотова, 2007, с. 211; Казаков, 2007, с. 202; Коева, 2007, с. 12, 13). Същевременно и в противоположност на това се говори за политическа икономия – направление в икономикса (Младенова, 2007, с. 37), за „политическа икономия в рамките на неокласически икономикс” (Младенова, 2008, с. 142; Тошкова, 2016, с. 24-25), за неокласическа политическа икономия (Младенова, 2007, с. 33; Проданов, 2011, с. 96) и дори че „това, което в най-голяма степен е обединяващо сред голямото разнообразие [от „политически икономии“], е неокласическата теория” (Марикина, 2011, с. 253).

Без да се влиза в дълбоки анализи, очевидно е, че тук има много несъвместимост и противоречия.

5. „Като политикономисти се идентифицират автори ..., активно работещи в руслото на съвременния мейнстрийм-икономикс” (Маринов, 2011, с. 21). „Списанието „Contributions to Political Economy” определя себе си като форум за ... идеи и аргументи, изведени от традициите на класическата политическа икономия: Маркс, Кейнс и Срафа” (Младенова, 2008, с. 144). „В програмните документи на Европейската асоциация за *еволюционна политическа икономия* (к. м. – В.Т.) ... се посочва, че организацията обединява учени, работещи в традициите

Към политическата икономия „се отнасят не само тези хетеродоксални теоретични направления, които експлицитно се признават за политикономически (радикалната политическа икономия, марксистката политическа икономия), а и останалите – институционализъм, посткейнсианството, неоавстрийската школа” (Младенова, 2008, с. 143).

„Понятието „политическа икономия” ... [се употребява също] като „чадър” ..., покриващ изключително широк спектър от теории, които са „неортодоксални”, не-неокласически ... Определено е задача с повишена трудност да се внесе някакъв ред в разнообразието от школи и направления ... Ще посочим няколко примера, за да илюстрираме неустановеността в класификациите ... [Първи пример – класификацията включва] пет групи: марксистка и неомарксистка теория; системно-теоретични подходи (методологически ориентирани); традиционни подходи (дескриптивно-емпирични; историческа школа); неортодоксални подходи (... критично-социологически изследвания – Голбрейт, Мюрдал, Корнай); икономическа теория на политиката (теория на публичния избор) ... [Втори пример – обхванати са седем] школи: марксистка, неoinституционална, шумпетерианска, посткейнсианска, срафианска, социална, феминистка ... [Трети пример – класификацията включва пет] групи: радикали, съвременни институционалисти, посткейнсианци, неоавстрийци, теория на публичния избор” (Коева, 2007, с. 12-13). И трите изброявания са по чужди източници.

„Под хетеродоксален икономикс се имат предвид марксизъм, институционализъм, социален икономикс, посткейнсиански икономикс, срафиански икономикс, феминистки икономикс, джорджистки икономикс, еволюционен икономикс, исторически икономикс, австрийски икономикс ..., теория на трудовия процес ..., история на икономическата мисъл, бизнес история ..., инпут-аутпут анализ, икономическа политика, интердисциплинарен икономикс ..., икономическа философия” (Атанасова, 2007, с. 154-155). Това изброяване на хетеродокса, също по чужди източници, е най-пълното в българската литература; ползва се и от други автори с препратки към Атанасова (2007), обикновено със съкращения. Тук целият хетеродокс е „икономикс” и това поражда други въпроси, в които няма да навлизам.

на Дж. Комънс, Н. Калдор, М. Калецки, У. Кап, Г. Мюрдал, Дж. М. Кейнс, А. Маршал, К. Маркс ...” (Младенова, 2008, с. 144). Кейнс е обявен за политикономист също в Чипев (2014, с. 500).

Автори от мейнстрийм-икономикса, Кейнс, дори и Маршал – политикономисти? Какво е „класическа политическа икономия”, ако тя се обозначава с имената на Маркс, Кейнс и Срафа?

6. Като „политическа икономия в икономикса” се имат предвид теорията за публичния/обществения/колективния избор (Public Choice Theory), конституционната политическа икономия (Constitutional Political Economy) и новият институционализъм, но най-често се използва наименованието „нова” политическа икономия (New Political Economy). Обикновено за такава се смята теорията за публичния избор (вж. Коева, 2007, с. 15-21; Проданов, 2011, с. 96-97), но в други случаи тя се интерпретира по-разширително (Кирова, 2014, с. 447) като включваща и теорията за социалния избор (Social Choice Theory) (вж. също Пейовски, 2014, с. 118-119); същевременно новата политическа икономия се изброява наред с теорията за публичния избор, т.е. като нещо различно от нея (Кацарски, 2014, с. 73; Младенова, 2008, с. 142, 149). Освен това теориите за публичния и за социалния избор се представят като една теория (Младенова, 2011, с. 94).

И все пак – кое какво е? При указването на „новата” политическа икономия има несъвместимост и противоречия в няколко насоки.

7. Милтън Фридман и целият неокласически модел се приемат за една от „основните парадигми ... в политическата икономия, разглеждана в най-широк смисъл” (Чипев, 2014, с. 498, 500). Стига се дори до обявяването на теорията за рационалните очаквания (Робърт Лукас) за „политикономическа” (Марикина, 2011, с. 248). Същевременно радикалната политическа икономия е наричана „икономикс” (Тошкова, 2005, с. 20).

Ако съпоставим Марикина (2011, с. 248), Тошкова (2005, с. 20) и Чипев (2014, с. 498, 500), излиза, че най-изявени направления и представители на икономикса (монетаризъм, рационални очаквания – М. Фридман, Р. Лукас) са в политическата икономия, а най-категорични техни противници (радикалната политическа икономия) са в икономикса.

Ще спра дотук. Има предостатъчно основания за извод: във впечатляващата по размерите си съвкупност от представи за политическата икономия или за онова, което се разбира, интерпретира, наименува или се самонаименува като политическа икономия, има много неопределеност, несъвместимост и противоречия от най-различно естество, вкл. различия, достигащи до пълна противоположност и взаимно изключване.

С възраждането на интереса към политическата икономия фронтът на научните изследвания се разширява, в тях се включват все повече автори, съответно по-голям интелектуален потенциал, нараства броят на публикациите. Същевременно се наблюдава една тенденция, която като че ли е обичайна за икономическата и за други обществени науки: *с увеличаването на потенциала, на изследванията и на публикациите, вместо да се постига повече яснота,*

*съвместимост и непротиворечивост, се получава точно обратното – засилват се неопределеността, неяснотите, несъвместимостта, противоречивостта в бързо (количествено) увеличаващите се знания.*¹³ От началото на XXI век в света ежегодно се появяват по неколкостотин (а може би и повече) публикации, обсъждащи въпроси от политическата икономия. Лавина от публикации, която не е възможно, а доколкото ми е известно, не се и правят опити, тя да бъде обхваната. От гледна точка на идентификацията ситуацията може да се опише на *огромен неподреден склад*, в който пристигат и се натрупват все нови и нови доставки и *безредието се засилва*. Влизайки в „склада“, попадаме в лабиринт, в който е трудно да се оправиш и е лесно да се изгубиш. Така е и в България, и по света. Българският „склад“ и „лабиринтът“ в него са умалено копие на световните им образци.

Наименованието „политическа икономия“ и обектите, обозначаващи с него – 400 години история (кратък преглед)

Ще напомня за две познати разграничения. Първото: *дума – термин – понятие*. Думата става термин със значението си от говоримия език, с негова модификация или със значение, по-далечно или изобщо различно от това в езика. Терминът е име (наименование, обозначение, знак). Понятието е знание; синтезирано знание, изразявано най-често чрез дефиниция (например от вида „икономически растеж е ...“), плюс наименоващ го термин. Обектът, за който се отнася понятието, и самото то обикновено са обозначени с един и същ термин – например „икономически растеж“ (понятие) и „икономически растеж“ (процесът в реалността). В професионалния научен език нерядко термин и понятие се употребяват като взаимозаменяеми, при което термин се използва като синоним на понятие. (Тук термин се използва в обичайното му значение на наименование.)

Второто разграничение е между *терминът-наименование* и *обектът*, който се наименоува, в случая – между *наименованието* „политическа икономия“ и *онова, което се обозначава* с него. Може да се окаже, че различни обекти се обозначават с едно и също наименование. Погледнато от обратната страна, наименованието е едно и също, обектите зад него са различни.

Ще направя също едно уточнение за „материално“ и „реално“. Обичайно в икономическата терминология материално е това (предмет, продукт, процес, явление), в което има вещество или енергия. Реалното може да е материално, но може и да не е. Знанията са реални, но са нематериални; те са от извънматериалната реалност. Терминът „обект“ предизвиква асоциации за обекти от материалния свят. Обектите, обозначаващи с наименованието „политическа ико-

¹³ В по-общ план за икономическата наука от края на XX – началото на XXI век до подобен извод се достига в Балабанов (2007, с. 32): „появата на множество клонове и клончета в икономическата теория ... [не доведоха до] разработването на единна и вътрешно хомогенна система на икономическата наука. Те всъщност са по-нататъшната стъпка в противоположна посока – към нарастваща противоречивост, дезинтегрираност и фрагментарност на икономическата наука.”

номия“ в дългата му четиривековна история, са от сферата на знанията и са от извънматериалната реалност.

Терминът/наименованието „политическа икономия“ се появява през 1615 г. в съчинението на френския меркантилист Антоан дьо Монкретиен „Трактат по политическа икономия“. През 1776 г. излиза „Богатството на народите“ на Смит – започва ерата на класицизма; идва Рикардо, после Джон Стюарт Мил.¹⁴ Класическата икономическа теория се подвизава с името „политическа икономия“. От Смит до Мил повечето емблематични за времето си произведения съдържат в заглавията си това наименование.¹⁵

През 1859 г. излиза „Към критиката на политическата икономия“, а през 1867 г. – първият том на „Капиталът“ на Маркс – в историята на икономическата теория влиза марксизмът. За Маркс икономическата теория също е политическа икономия. Марксистката икономическа теория върви по две линии: първата – в бившия социалистически свят, където е доминираща и е единствената официално призната теория (до 1989 г.); втората – в останалия свят, главно в Западна Европа и САЩ, където и досега е едно от направленията извън икономикса. И по двете линии – от 1859-1867 г. съответно до 1989 г. и до днес, доминираща и единствена или периферна, марксистката икономическа теория е с наименованието „политическа икономия“.

През 1871-1889 г. са публикувани основните трудове на създателите на маржиналната теория (Джевънс, Менгер, Визер, Бьом-Баверк, Валрас, Кларк), а през 1890 г. – „Принципите на икономикса“ на Маршал. Тук приемаме, че с „Принципите“ на Маршал започва преходът от класическата към нова доминираща теория; със замяната се сменя и наименованието – от „политическа икономия“ то става „икономикс“.¹⁶ Но още дълго след това в някои страни от континентална Европа (във Франция и до днес) новата теория в качеството ѝ на обща икономическа теория понякога е наричана „политическа икономия“.

Извън икономикса се развиват направления,¹⁷ означавани събирателно като неортодоксална (хетеродоксална) теория. Някои от тях – а в определени случаи дори всичките, също са наричани „политическа икономия“. С това наименование се обозначават и направления,¹⁸ смятани за икономикс. „Политическа

¹⁴ Изписани са и трите имена, за да се избегне евентуално смесване с друга, по-малко значима фигура в класицизма – баща му Джеймс Мил.

¹⁵ Д. Рикардо. Принципи на политическата икономия и данъчното облагане (1817 г.); С. Сисмонди. Нови начала на политическата икономия или богатството и неговото отношение към народонаселението (1819 г.); Т. Малтус. Принципи на политическата икономия (1820 г.); Ж.-Б. Сей. Пълен курс по политическа икономия (1828–1830 г.); Дж. Ст. Мил. Основи на политическата икономия (1848 г.); вж. също Коева (2007, с. 6).

¹⁶ Картината е представена в едри щрихи – в Германия и в САЩ класицизмът (Смит, Рикардо, Мил) не успява да се наложи безапелационно като доминираща теория.

¹⁷ Възникват в различни исторически периоди; например институционализмът – още по времето на прехода от класицизм към икономикс.

¹⁸ Теорията за публичния избор („новата“ политическа икономия) и новият институционализъм.

икономия“ е наричана също цялата икономическа теория – хетеродоксална и ортодоксална, вкл. неокласическата теория/неокласическият икономикс.

Във всички разгледани случаи - от появата на класицизма досега, се говори за теории. Но в групата на неортодоксалните има направления, които *не са теория, а са приложна наука*. Едно от тях, което мисля, че добре познавам, е инпут-аутпут анализът.¹⁹ В аспекта, в който се разглежда тук, то може да се охарактеризира като: концепция и методи/техники за приложен анализ; хиляди емпирични изследвания, главно през 60-те – 80-те години на XX век, в т.ч. и у нас; практически разработки в икономическата статистика на много страни (инпут-аутпут таблици, таблици „образуване – използване на ресурсите“, между-отраслови баланси), вкл. в българската статистика и в статистиката на Европейския съюз – Евростат.

Друг подобен случай е интердисциплинарното направление, наричано също интердисциплинарни „анализи“ или „изследвания“. Когато в литературата се говори за интердисциплинарно направление в хетеродокса, се имат предвид изследвания по различни въпроси на икономиката, *а и извън нея*, при което се ползват знания, методи, изследователски инструментариум от икономическата наука, от политологията, социологията, правото, психологията, а евентуално и от други обществени науки. Примери за това са докладите от конференцията през 2013 г. (вж. Йонева, 2014; Ножаров, 2014; Сярова, 2014; Цакова, 2014; Цоклинова, 2014). Изследванията от този вид са наука, но в преобладаващата си част *не са теория,²⁰ а са приложна наука.²¹* Такива са повечето от „многого политически икономии“ от дългия списък, представен в предходния раздел; някои от тях са лекционни курсове или учебни университетски дисциплини.

Пример за приложна наука в хетеродокса е също и феминисткото направление.

Разграничителната линия между политическа икономия и икономикс

Идентификацията на политическата икономия опира неизбежно до съотношението политическа икономия – икономикс. Въпросът за разграничителната линия помежду им започва с терминологията. За политическата икономия тя е предмет на цялата статия. За икономикса тук се имат предвид, веднъж, преките обсъждания на терминологията в литературата и, втори път - по-характерна употреба на термините, в които неявно се задават техни значения. В двете отношения терминологията във връзка с икономикса присъства най-широко в

¹⁹ Термин-синоним в българската литература е „междутраслов анализ“. Направлението води началото си от Василий Леонтиев, нобелов лауреат от 1973 г.; има Международна инпут-аутпут асоциация (International Input-Output Association - IIOA) със списание „Economic Systems Research“.

²⁰ Интердисциплинарно изследване в областта на теорията е Неновски (2007), където се търси отчитане на политиката в теорията за парите.

²¹ Друг е въпросът, че такива изследвания могат да са по-актуални и с по-висока обществена значимост, отколкото теоретичните изследвания.

Младенова, 2011, с. 10, 23, 24, 29, 31, 32, 40, 42-44, 96, 114, 115, 143, 149, 208, 210, 417, 422-424, 429, 435, 436, 440, 441, 448 (вж. също Атанасов, 2007, с. 142; Казаков, 2007, с. 200-201, 210; Кацарски, 2014, с. 79; Кирова, 2010, с. 33; Маринов, 2011, с. 25-26; Михайлов, 2007, с. 319-322, 327; Младенова, 2008, с. 138, 139, 141, 142, 145; Тошкова, 1999, с. 56-57, 90, 125, 132, 133; 2005, с. 33, 37, 45, 62-64; 2014, с. 28, 29, 30.

Трите водещи термина: „неокласическа теория“, „икономикс“, „мейнстрийм“

„Неокласическа“ е теорията, започваща от Маршал и заменяща доминираната дотогава класическа теория. Терминът е въведен от Веблен през 1900 г. (Младенова, 2011, с. 23). От средата на миналия век употребата му се засилва, особено във връзка с неокласическия синтез.

Терминът „икономикс“ се появява през 1875 г. (пак там, с. 24), след това влиза в заглавието на основополагащия труд на Маршал „Принципи на икономикса“ (1890 г.) и в продължение на повече от един век и до днес в обичайната си употреба обозначава започващите от Маршал доминиращи теоретични икономически възгледи.

Подобен смисъл има и появилият се по-късно термин „мейнстрийм“ – главно, основно, доминиращо течение в теоретичните възгледи.

Освен в посочената им обичайна употреба и трите термина се използват и в други значения или възникват въпроси във връзка с техни производни и синоними: неокласически икономикс, мейнстрийм-икономикс, ортодоксална теория, ортодоксален икономикс, съвременен икономикс, модерен икономикс:

- Когато се говори за неокласически теория и икономикс, обикновено се има предвид целият исторически период от Маршал до наши дни. Но в други случаи се визира само периодът от Маршал до залеза на неокласическия синтез (средата на 70-те години) и се смята, че заедно с последния си отива и терминът „неокласически икономикс“, обявява се „смъртта му“ (вж. Маринов, 2011, с. 25; Младенова, 2011, с. 398-399, 412, 417; Тошкова, 2014, с. 28-29), за която се публикуват „некролози“ (Михайлов, 2007, с. 319).

- „Икономикс“ се използва и за обозначаване на цялата икономическа теория или на части от нея, които не са икономикс в обичайния смисъл на термина. Такава употреба се среща многократно в Тошкова (1999, с. 9, 10, 54, 56-57, 90, 125, 133, 142; 2005, с. 20, 33, 37, 45, 62-64).

- „Икономикс“ се използва също и като синоним на икономическа наука – такава употреба се среща в каталозите на големи издателства.²²

- В Младенова (2011) термините „неокласическа теория“, „ортодоксална теория“, „икономикс“, „неокласически икономикс“, „мейнстрийм икономикс“, „орто-

²² Например в каталога на „Elgar“ за 2016 г. „Economics“ има раздели като „Изследователски методи“, „Икономикс на труда“, „Икономикс на развитието“, „Икономическа география“, „Методология и история на икономическата мисъл“, „Хетеродоксален икономикс“ (в последния се срещат рубрики като „Политическа икономия“, „Еволюционен икономикс“, „Институционален икономикс“).

доксален икономикс“ са синоними. Други автори приемат, че не всичко в мейнстрийма е неокласика (Кирова, 2010, с. 33).

- Има различия във вижданията за признаците, по които се идентифицират съвременният икономикс и направленията в него (вж. Кирова, 2010, с. 33; Младенова, 2011, с. 416-417, 440-441; Тошкова, 2014, с. 27-29) и дискусията за мейнстрийм-плюрализма (Атанасова, 2007, с. 148-153; Младенова, 2011, с. 416-431). Оттук следват неясноти например по идентификацията на неолиберализма в икономикса - той е версия на неокласиката, направление в икономикса или характерна черта (на кое - на мейнстрийма или на определено направление/определени направления в него?). В цялото си историческо развитие от Маршал до днес неокласиката би могла да се обозначи и да се възприема и като неолиберализъм. По съвсем друг начин стои въпросът за Кейнс и кейнсианството. Те са мейнстрийм, но са *анти*неолиберализъм. При това Кейнс е извън неокласиката (разбрана като „маршалианската“ теория през миналия век до неокласическия синтез); чрез неокласическия синтез ортодоксалното кейнсианство (Дж. Хикс, Р. Харод, Фр. Моделиани, Дж. Тобин) влиза в неокласиката, а новите кейнсианци (Дж. Стиглиц, Дж. Акерлов) излизат от нея. Днес, особено след кризата от 2008-2009 г., те са тежката артилерия в критиката срещу (неолиберализма на) неокласиката. Същевременно има автори, които продължават да смятат новите кейнсианци за намиращи се в рамките на неокласическата ортодоксия (Младенова, 2011, с. 206-207, 210, 258, 409, 435). Такава интерпретация е възможна, ако за опознавателен признак се вземе методологията (както е в Младенова, 2011), но ако признак са вижданията, например по възможностите на пазарната икономика за саморегулиране и по отношенията държава – икономика, тогава интерпретацията ще бъде съвсем друга.

Аналогична донякъде е ситуацията и за външните (това означава обхват) и вътрешните (т.е. за състава) граници на икономикса. Зависи какви признаци ще се вземат предвид при тяхното търсене. Ако се проследи появата и последващата употреба на трите основни термина – „икономикс“, „неокласическа теория“ и „мейнстрийм“, забелязваме, че с тях ориентировъчно се указва наименованият обект, без да се посочват еднозначно опознавателните признаци, чрез които може да се идентифицира дали нещо (възглед, теория, школа, направление) попада, или не попада под тези наименования. Виждаме също, че при употребата на термините от различни автори признаците, обявени или необявени, не са едни и същи. Дори наименованията да са еднакви, ако признаците не са, идентификацията дава различаващи се резултати, съответно външните и/или вътрешните граници, т.е. обхватът и/или съставът на икономикса, изглеждат по различен начин. Следват неясни дискусии. В твърденията, че съвременният икономикс е неокласически и „неокласически икономикс = неокласическа теория = мейнстрийм“, са заложени едни признаци – методологически индивидуализъм, homo oeconomicus, рационален избор при ограничени ресурси, равновесие, и който ги приема или не ги отхвърля изрично, е неокласик. В твърденията за завои в мейнстрийм-икономикса от втората половина на XX век и за отда-

лечаването му от неокласиката признаците са други – формализация, математизация, моделиране. Новото кейнсианство е в мейнстрийма, но ако се въведе признак „либерализъм, ненамеса на държавата в икономиката“, то няма да е в *неокласическия* мейнстрийм, а ще е категоричен негов противник. Този кръг въпроси са извън предмета на това изследване, но те стоят в основата на представите и дискусиите по обхвата и състава на икономикса, а оттук – и по разграничителните му линии с политическата икономия.

От казаното дотук *може да се обобщи*, че различията, несъгласуваността, противоречията в терминологията и вижданията за икономикса, за обхвата му и за разграничителните линии в него не са много по-малки, отколкото при политическата икономия. В голяма монография, където от началото до края ѝ се търси идентификация на неокласическата теория, като за целта е обработена и огромна чуждестранна литература, се стига до аналогични констатации (Младенова, 2011, с. 32, 33, 43, 440, 441). Чужди автори, авторитети в анализа на икономическите теории, с раздражение отбелязват, че съвременната употреба на терминологията за неокласическия икономикс е непоследователна до „шизофреничност“²³ (цит. по Младенова, 2011, с. 440).

Идентифициране и наименоуване

Идентифицирането е разпознаване. Извършва се спрямо зададена дефиниция или представа и съответни опознавателни признаци, вкл. ако идентифициращият не знае какво е идентификация, дефиниция или признак – различаваме котка от папагал или банан от тухла. Подобни идентификации се извършват и от децата в най-ранна възраст.

Нарицателните имена, поставени на единични обекти, обикновено изразяват родова или видова принадлежност. Наименоуването се предхожда от идентифициране. Разпознаваме обекта и го наименоуваме – срещайки животно в полето или на улицата и наричайки го таралеж или котка, преди това сме го идентифицирали като принадлежащо към съответния вид и едва тогава му поставяме обозначаващото го нарицателно име.²⁴ Ако наименоуваме, без да идентифицираме, може да настъпи объркване – за нас или за други, които ще възприемат обекта чрез (произволно) поставеното му наименование.

Един и същ обект (или лице, например в разузнаването или в престъпния свят) може да има различни имена (в науката – имена/термини-синоними) или, обратно, с едно и също име могат да бъдат обозначени различаващи се или дори съвършено различни обекти (в науката – имена/термини-омоними). Името не придава на обекта характеристики (черти, свойства, качества), както и преименуването. Независимо как ще бъде именуван или преименуван, обектът си остава това, което е – можем да наречем папагала котка, но той си остава

²³ Има се предвид вероятно аналогия с раздвоеността и непоследователността в личностната само-идентификация при това тежко психическо заболяване.

²⁴ Наименоуването с лични имена не е обвързано с идентификация – Иван би могъл да се казва Петър или Стоян, или да има някакво друго име.

папагал (птица с определена форма, големина и окраска, издаваща специфични звуци). Но ако, обратно, се опитваме да идентифицираме обекти, *водейки се от наименованието им, тръгваме по хлъзгав път*. Особено, ако наименоващият термин е омоним.

Едно е да се *идентифицира* нещо като политическа икономия спрямо определена дефиниция и признаци, а съвсем друго – то *само да се наименува* „политическа икономия“. Когато се идентифицира, се спазва определена познавателна процедура – онова, за което се твърди, че е политическа икономия, трябва да отговаря на дефиницията и признаците. Когато се наименува, без да се идентифицира, ситуацията е друга – името „политическа икономия“ може да се постави буквално на каквото и да е от икономическата наука. И така става на практика – както стана ясно от предходните раздели, освен онова, което исторически носи името „политическа икономия“ (класическата икономическа теория), наименованието се поставя на какво ли не: на приложни интердисциплинарни изследвания, които *не са теория*; на изяви на „икономическия империализъм“, предметът на които е *извън икономиката*; на цялата неортодоксална икономическа мисъл, чиито външни граници и състав са неясни; на цялата икономическа теория.

Както беше отбелязано, идентификацията е засегната в много публикации като в някои от тях (Коева, 2007; Марикина, 2011; Маринов, 2011; Младенова, 2007, 2008, 2016; Проданов, 2011, 2014; Тошкова, 2016) тя е основен или един от основните въпроси. Внимателният анализ на тези публикации показва (ще спестя уточняващите препратки), че като правило в тях за идентификационен признак служи наименованието; при такава идентификация политическа икономия е това, което носи името („етикета“) политическа икономия. Така се изправяме пред „много политически икономии“ – и икономиксът, и противостоящият му хетеродокс се превръщат в политическа икономия; интердисциплинарният анализ на спорта става политическа икономия на спорта и т.н. Идентификацията по наименованието е подвеждаща – тя не казва *кое* и *какво*²⁵ е политическа икономия, а указва *кое* *носи наименованието* „политическа икономия“.²⁶

²⁵ Ще разграничим два типа идентификация: указваща и охарактеризираща. В първия случай поставяме въпроса „Кой е обектът?“ и с отговора му отграничаваме идентифицирания от други обекти. Във втория въпросът е „Какъв е обектът, какво представлява той?“ Съответно опознавателните признаци в първия случай са указващи, а във втория – охарактеризиращи. *Например*: искаме да ни се подаде речник, намиращ се на етажерка наред с други книги – указваме „червената книга с твърда подвързия“. „Червена, с твърда подвързия“ не ни говори нищо за това *какво* е речник, но указването *коя* от книгите е речникът е успешно. Ако не знаем какво е речник и не отчитаме различието в естеството на признаците, може да останем с впечатлението, че речник е (всяка) червена книга с твърда подвързия. При децата подобни обърквания не са рядкост. В академичните среди нещо подобно се случва, когато без предварителна идентификация *просто наименуваме* нещо „политическа икономия“, а след това по обратен път, *някой друг го идентифицира* като политическа икономия, *водейки се от поставеното наименование*.

²⁶ При такава идентификация, ако на пакет извара има етикет „кашкавал“, изварата се идентифицира като кашкавал.

Всичко това и *особено неотчитането му*, води и в България, и по света, до сегашната ситуация с идентификацията на политическата икономия (а и на икономикса и на разграничителните линии между тях) – нееднозначност, обърканост, неясни и слабо резултатни дискусии. Не може да се идентифицира успешно, ако не се знае спрямо каква дефиниция и признаци се идентифицира, ако идентифицирането се подменя от наименоване, а след това наименованието (което може да е нелогично и произволно поставено) се ползва като идентификационен признак.

Началото и неговите продължения

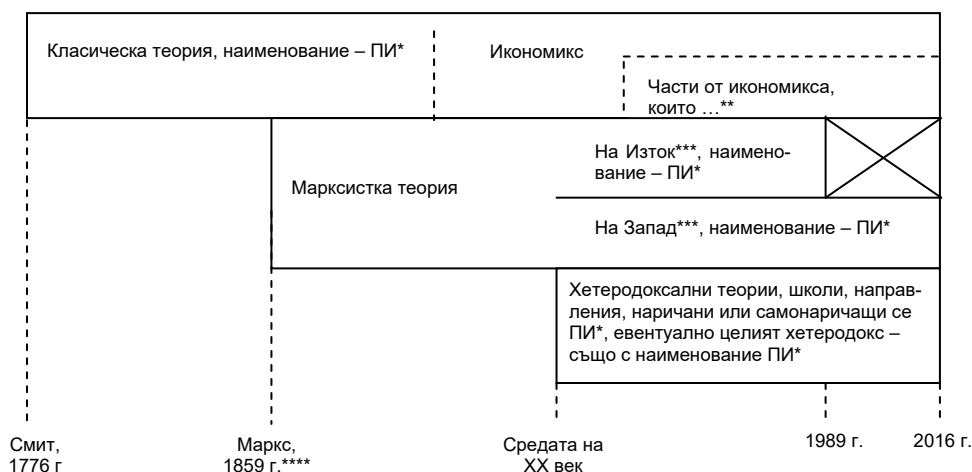
В различни области, особено в техниката и индустрията, могат да се намерят примери за това как развитието на даден обект (явление, процес) се съпровожда от разширяваща се употреба на наименованието му. Например появява се транспортно средство, наподобяващо файтон, което се самопридвижва – животинската теглителна сила, необходима за файтона, е заменена от механична, създавана от двигател с вътрешно горене; нарекли го автомобил.²⁷ „Файтонът без кон“ търпи бурно развитие и днес има автомобили за битови цели, високопроходими и спортни автомобили, автомобили-лаборатории, медицински линейки, автомобили за борба с пожари и наводнения, автомобили-платформи за превоз на тежки товари и др. Много от тези разновидности са получили специфични наименования – лека кола, камион, линейка, автокран, автовлекач. Но всички те безпроблемно се подвеждат под видовото наименование „автомобил“. Има *общо начало* (самопридвижване, двигател с вътрешно горене) *и негово последващо развитие, съпроводено от съответстващо му развитие в наименованията*. Аналогична е ситуацията в земеделието с растителни и животински видове, развили разновидности в резултат от естествената си еволюция или от селекция.

Ако в развитието на политическата икономия и на наименоващата я терминология имаше аналогична връзка между общото начало на явлениято, последващото му развитие и развитието и „разклоняването“ на наименованието, проблемите с идентификацията биха били много по-малки. Но не е така – при политическата икономия *връзката между началото* (класическата политическа икономия) *и много от последващите употреби на наименованието е спорна или изобщо липсва*. Още в древността съществуват знания за икономиката. На етапа меркантилизъм за тях, разглеждани във връзка с държавното управление, се появява наименованието „политическа икономия“. При Смит знанията прерастват в *теория, която приема това наименование*. По времето на класицизма и през първите десетилетия след него (вж. схемата) „политическа икономия“ означава: (1) класическа икономическа теория и (2) икономическа теория/икономическа наука изобщо. С марксизма се добавя трето значение – марксистка икономическа теория.

²⁷ В етимологията на думата има „самопридвижване“.

Схема

Наименованието политическа икономия, 1776-2016 г.



Легенда:

- * ПИ – политическа икономия;
- ** Части от икономикса, които понякога биват наричани политическа икономия – това са преди всичко теорията за публичния избор и новият институционализъм;
- *** На Изток – в бившия социалистически свят, от 20-те до края на 80-те години на XX век; на Запад – в западния свят, след Маркс досега;
- **** 1859 г. е приета условно за начало на марксистката икономическа теория – излиза „Към критиката на политическата икономия“.

През втората половина на XX век се прибавят още няколко – политическа икономия започват да наричат отделни хетеродоксални течения, но също и целият хетеродокс. Границите и съставът на хетеродокса са неясни и в значителна степен са въпрос на интерпретации от различните автори,²⁸ което означава, че едни и същи теории, школи или направления в една интерпретация попадат в хетеродокса и тогава са политическа икономия, в друга – не попадат и тогава не са. Започват неясноти и объркване. Има цяла поредица от теории, школи, направления,²⁹ включвани или невключвани в хетеродокса, обявявани за политическа икономия, *които не са продължение/разклонение/модификация на началото – класическата политическа икономия*. Пренасянето към тях на наименованието „политическа икономия“ се основава на друга логика (ако изобщо има такава). Неяснотите и объркването се засилват. Така се стига до

²⁸ Това се забелязва още от първите български автори (Коева, 2007; Младенова, 2007, 2008), търсещи отговор на въпроса „Какво е съвременна политическа икономия?“.

²⁹ Теория на публичния избор, нов институционализъм, икономическа теория на конституцията, шumpетерианство, посткейнсианство, бизнес-теория, инпут-аутпут анализ, феминизъм и др.

поредица от странни твърдения и интерпретации, някои от които са направо курйози – не само теорията за публичния избор и неoinституционализмът, а и целият хетеродокс били икономикс; за икономикс се обявява цялата политическа икономия, в т.ч. *класическата политическа икономия (класически икономикс)*, но и обратно, икономиксът се обявява за политическа икономия; *Маршал, Фридман и Лукас били политикономисти, а неокласическата теория била общото, което обединявало многообразието в политическата икономия*; политическата икономия не била теория със свой обект и предмет, а само подход, и т.н. Някои с възторг наричат всичко това „богатство, поднесено ни от плурализма“. Аз бих го определил като логическа и словесна еквилибристика, неподреденост, несъвместимост, противоречия (и дори бъркотия!) в терминологията, в наименованията и в знанията.

В българската литература (и особено в Коева, 2007; Марикина, 2011; Младенова, 2007, 2008, 2016; Проданов, 2011; Тошкова, 2016) неведнъж и в различни модификации е поставян въпросът „Какво е днес за света политическата икономия?“ Търсенето на „образа“ на съвременната политическа икономия върви по две аналитични схеми:

- При първата се взема някоя от представите за политическата икономия и за нея се извеждат дефиниции, характеристики или опознавателни признаци. Най-често това се прави за интерпретацията на политическата икономия като интердисциплинарно изследване и най-убедително е направено от Тошкова (2016).³⁰ Тази аналитична схема има една съществена особеност – всеки обявява за политическа икономия онова, което отговаря на неговите виждания, и ако потърси, може да намери основания в подкрепа на своята теза. Издигат се много тези, съответно обявяват се различни „политически икономии“ и всяка теза има своите аргументи.

- При втората аналитична схема се има предвид цялата съвкупност на това, което днес е наричано политическа икономия и за което се смята, че има познавателни възможности сега и в перспектива. Извеждат се характерни черти, сглобява се събирателен образ на съвкупността, които се приписват на съвременната политическа икономия. Но тази съвкупност е силно разнородна и при това е с не съвсем ясни граници и състав. В нея са например: интердисциплинарните изследвания; теории, продължение на класическата традиция; съвременният марксизъм; други хетеродоксални направления или дори целият

³⁰ Чрез анализ на историческото развитие на предмета и методите на икономическия анализ се стига до извода, че политическата икономия е „изследване на икономиката в нейното сложно взаимодействие с политиката, институциите и социалната среда ... Политико-икономическите анализи, разбирани в най-широк смисъл ... [са] с интердисциплинарен обхват на изследванията на икономическите процеси в тяхната взаимозависимост със социални, политически, исторически и институционални процеси и фактори“ (Тошкова, 2016, с. 20). Тези формулировки идентифицират като политическа икономия интердисциплинарните изследвания, вкл. приложните, новия институционализъм и др. (но под тях не могат да се подведат теорията за публичния избор, икономическата теория за конституцията и други теории на „икономическия империализъм“, които в Тошкова, 2016, също са политическа икономия.)

хетеродокс; части от неокласическия икономикс, в т.ч. „икономическият империализъм“, а понякога и целият икономикс; други виждания, теории и направления. Вече беше посочено до какво води подобна аналитична схема – събирателен образ, пълен със странности, несъвместимост и противоречия, достигащи до курйози.³¹ Не изглежда сериозно да се приеме, че това е съвременната политическа икономия. Но съм съгласен, че това *често го наричат* политическа икономия.

И при двете схеми, особено при втората, въпросът „Какво е днес за света политическата икономия“ се подменя от въпроса „Какво днес по света *наричат* политическа икономия?“ Поставя се първият въпрос, отговаря се на втория.

Обобщения, изводи, предложения

1. През 1615 г. в меркантилизма се появява терминът „политическа икономия“, а 150 години по-късно (през 1767 г.) е първата му известна употреба в заглавието на голямо съчинение (на късния меркантилист Джеймс Стюарт). Идват физиократите и веднага след тях – Смит. При меркантилистите, физиократите, а до известна степен и при Смит терминът означава знания за икономиката, развивани във връзка с държавното управление.³²

2. Знания за икономиката има и преди Смит, но при него те прерастват в *теория*. Започва епохата на класическата икономическа теория, която за повече от един век се налага като *доминираща*.

Класическата икономическа теория е политическа икономия (носи името „политическа икономия“). По времето на Смит и Рикардо тяхната теория още не е била „класическа“ (за такава е призната по-късно), но е била „политическа икономия“.³³ Ако въпросът „Кое е политическа икономия?“ се отнесе към онова време, отговорът ще бъде: политическа икономия е класическата икономическа теория. Този отговор *съобщава безспорен исторически факт*. Но от средата на XX век наред с класическата, „политическа икономия“ често се наименоуват или самонаименоуват и други теории, школи, направления в икономическата наука.³⁴

³¹ Ще прозвучи малко гротескно, но продължавайки с илюстрациите, бих казал, че подобна би била ситуацията, ако започнем да наричаме котката, врабчето, враната и патицата „папагали“ и от така образуваната съвкупност се опитаме да изведем характерните черти и събирателния образ на „съвременния папагал“.

³² При меркантилистите връзката на учението им с държавното управление е добре известна. Показателно за физиократите е съчинението на Кене (1768 г.) „Общи принципи за икономическото управление на едно земеделско кралство“. В „Богатството на народите“ на Смит (с. 403 на българското издание от 2006 г.) можем да прочетем: „Политическата икономия, разглеждана като клон на знанието на един държавник или законодател ...“

³³ Както вече беше посочено, през първата половина на XIX век поредица от емблематични за времето си произведения, вкл. на Рикардо и Дж. Ст. Мил, съдържат в заглавията си наименованието „политическа икономия“.

³⁴ Използвам израза „в икономическата наука“, а не „в икономическата теория“, тъй като някои от наименованите или самонаименованите се не са теория, а са приложна наука.

3. В началото на XXI век в България и по света „политическа икономия“ са наричани:

- класическата икономическа теория – Смит, Рикардо, Дж. Ст. Мил;
- марксистката икономическа теория – от Маркс досега;
- отделни направления в неортодоксалната/хетеродоксалната теория и най-вече: (1) интердисциплинарните изследвания на границата между икономическата наука, политологията, социологията, правото, психологията и други обществени науки; (2) направлението „класическа традиция“. То е критично настроено към доминиращия сега икономикс и вижда икономическата теория и нейното развитие като продължение на класическата традиция, с отчитане на промените в съвременния свят – промени в икономическите и в неикономическите реалности и в научните икономически и неикономически знания;³⁵
- цялата неортодоксална теория;
- подходът/методологията на неортодоксалната теория;
- отделни направления в икономикса и преди всичко теорията за публичния избор („новата“ политическа икономия) и неоинституционализмът;
- целият икономикс;
- цялата икономическа теория.

Това, което днес е наричано или се самонарича „политическа икономия“, е разнολика, вътрешнонесъвместима, изпълнена с противоречия съвкупност от различаващи се, до диаметрално противоположни и взаимно изключващи се възгледи, теории, школи и направления в икономическата наука.

4. Идентификацията на политическата икономия среща трудности поради: нееднозначността, неопределеността и неяснотите в терминологията; необявяването експлицитно на идентификационните процедури, т.е. как се извършва идентификацията, каква е дефиницията, какви са операционализиращите я признаци; смесват се идентифициране и наименоуване, вкл. идентифицирането се подменя от наименоуване.

5. Отговорът на въпросите „кое“ и „какво“ е политическа икономия, постигнат чрез идентификация, е в сила за зададената дефиниция и признаци. При една дефиниция и признаци отговорът е един, при други е друг – ако признак е наименованието, тогава политическа икономия е всичко, което има или на което се постави, или си самопостави това наименование; при друга дефиниция политическа икономия е класическата икономическа теория; при трета – освен класическата икономическа теория, политическа икономия са също нейните продължения; при четвърта – политическа икономия са интердисциплинарните изследвания независимо от техния предмет; при пета и шеста – политическата икономия е в рамките на икономикса, но и обратно, икономиксът е в рамките на политическата икономия.

³⁵ Съвременният марксизъм – направление в неортодокса, също е наричан и нарича сам себе си „политическа икономия“. В предлаганата систематизация на употребата на наименованието „политическа икономия“ той е включен във втората позиция.

6. В англоезичния, а оттам и в останалия свят най-широко разпространената употреба на термина „политическа икономия“ е за обозначаване на интердисциплинарните изследвания.

7. Може би най-характерната обща черта в многообразния свят на това, което днес бива наричано „политическа икономия“, е: реакция на несъгласие с неокласическия икономикс.³⁶ Несъгласие, вариращо от обявяване на различия, през по-слабо или по-силно опониране, до категорично отхвърляне на икономикса като теория, способна да обясни съвременната икономика. Но и това е обща черта само донякъде и не е в сила, когато Маршал, Фридман или Лукас, или дори целият икономикс се обявяват за политическа икономия.

8. Ренесансът на политическата икономия е безспорен – като се вземе предвид употребата на наименованието „политическа икономия“ през последните десетилетия, той би могъл да се разбира като възвръщане на интереса към икономическата теория/наука *извън* икономикса.

9. В дискусиите по политическа икономия нерядко (Коева, 2007; Марикина, 2011; Младенова, 2007, 2008; Тошкова, 2016) като признак за идентифициране и групиране се използват методите/подходите/методологията. Обичайно и в икономическата, и в други науки разграничението е преди всичко по обекта и предмета. На тази основа физиката се разграничава от химията, въпреки че има методи, които са общи за двете науки. Аналогична е ситуацията при неорганичната химия и металознанието. Коремната хирургия, кардиохирургията и неврохирургията използват едни и същи методи – оперативни, но на никого в медицината дори не му хрумва, водейки се от методите, да нарича примерно коремната хирургия неврохирургия, или обратно – предметът им е различен. В икономическата наука и в частност в дискусиите за политическата икономия, използването на методите/подходите/методологията като признак понякога води до резултати, аналогични на смесването на коремната хирургия и на неврохирургията.

10. Вероятно най-неподходящото използване на термина „политическа икономия“ е в наименованието „нова политическа икономия“, с което понякога обозначават теорията за публичния/колективния/обществения избор (Public Choice Theory). Тази теория, първо, не е продължение на „старата“ (класическата) политическа икономия и дори няма никаква пряка връзка с нея, второ, предметът ѝ изобщо не е в икономиката, а е извън нея и, трето, доколкото е „икономическа“³⁷, тя е икономикс – според едно сполучливо определение „теорията на публичния избор е приложение на методологията и аналитичния апарат на икономикса при изследване на политиката“ (Коева, 2007, с. 16).

11. Няма да давам категоричен отговор на въпроса „Коя и каква е съвременната политическа икономия?“ Ако се потърси еднозначен отговор от вида

³⁶ Има го и при теорията за публичния избор и особено при неоинституционализма, смятани за разширения на икономикса.

³⁷ Икономическа теория за политиката.

„това или онова е, а другите *не са* политическа икономия“, се навлиза в дискусия, чийто край не се вижда. За всеки отговор могат да бъдат намерени основания, аргументи и подкрепящи го препратки към източници, които на свой ред могат да бъдат оспорени. Подобни дискусии са водени неведнъж в икономическата теория. Освен това, дори да се достигне до отговор, който според поддръжниците му е „правилен“, и дори ако се остави настрана това, че други участници в дискусията няма да са съгласни с този отговор, използването на наименованието „политическа икономия“ трудно може да бъде ограничено до „правилната“ му употреба. Термините в науката не могат да се запазват като търговските марки.

Все пак трябва да се има предвид, че *автентичният „първоносител“* на наименованието „политическа икономия“ е *класическата икономическа теория*. В раздела „Началото и неговите продължения“ беше обсъждана логическата схема „начало на явлението - негово последващо развитие - съпровождащо развитие на наименованието“. По тази схема за автентичност в употребата на наименованието „политическа икономия“ би могло да се говори при марксизма и при съвременните развиятия на икономическата теория в продължение на класическата традиция.³⁸

Многообразието в употребата на термина/наименованието днес не е поради многообразието в развитието на явлението („класическа политическа икономия“) и съпровождащо го многообразие в употребата на наименованието, а се дължи на това, че възгледи, теории, направления, които не са продължения на явлението, се присъединяват (или са присъединени) към използването на наименованието.³⁹

12. В идентификацията на политическата икономия има твърде много неясноти, нелогичност, обърканост – така е и в България, и по света.⁴⁰ Дори да се намери верният път в лабиринта, не е много сигурно дали ще повлияем на света, но можем да се опитаме да подредим, доколкото е възможно, собствения си дом. Във връзка с това ще направя няколко предложения.

А) Проблемите с идентификацията на политическата икономия в немалка степен са привнесени отвън. Обяснимо е – там казусът политическа икономия за

³⁸ Когато тук се говори за пренасяне на автентичността, се има предвид наличието на пряка връзка между началото – класицизма, и продълженията му. Прямата връзка, а оттук и приемствеността в автентичността между класицизма и класическата традиция е очевидна.

Маркс приема от класиците предмета на икономическата теория и го допълва, приема и доразвива класическата (трудова) теория за стойността, приема също материализма на класиците, който допълва с диалектиката на Хегел. Друг е въпросът как един или друг автор възприема марксизма и какво е отношението му към него, но пряка връзка и приемственост между класицизъм и марксизъм има и е трудно тя да бъде оспорена.

³⁹ Тук възниква интересният въпрос защо това наименование така много се харесва и толкова широко се използва, в който няма да навлизам.

⁴⁰ Вж. прегледите за света в Коева, 2007; Марикина, 2011; Младенова, 2007, 2008; Проданов, 2011. (Едно уточнение: между посочените публикации и тази статия няма особени различия в регистрирането и описанието на фактите. Има различия в интерпретациите и в оценките. Това, на което тук се гледа критично като на неясноти и неподреденост в знанията, в споменатите публикации в немалко случаи се възприема положително като „плюралистично разнообразие“).

условията на съвременна пазарна икономика стои от няколко десетилетия. В България до 1989 г. такъв казус няма, а през последвалите десетина години се ориентирахме в новата ситуация. Дискусиите започват след 2000 г. Логично беше да не се опитваме да преотваряме отворени врати, а да ползваме онова, което има по света. Ползвахме го и това ни помогна, помага ни и сега. Но внасяйки отвън знания в разглежданата област, заедно с тях внесохме и проблемите им. Бихме могли да осмисляме по-критично онова, което пренасяме в националното научно пространство, дори когато то се възприема като „световни образци“.

Б) Добре би било да се избягва:

- употребата на термините „политическа икономия“ и „икономикс“ като равнозначни на икономическа теория изобщо. Така се предпазваме от обявяването на политическата икономия за икономикс и на икономикса – за политическа икономия. Предпазваме се също и от абсурдно звучащите наименования „класически икономикс“, „марксистки икономикс“ и „хетеродоксален икономикс“, в които класическата икономическа теория, марксистката икономическа теория и хетеродоксалните теории са икономикс;

- отъждествяването на идентифициране с наименоване и подмяната на първото с второто;

- ползването на *наименованието* „политическа икономия“ като идентификационен признак.⁴¹

В) Уместно би било дефинициите и признаците, по които се идентифицира, по възможност да се задават експлицитно. Така ще се знае *защо* дадени възгледи, теории или направления са или не са отнесени към политическата икономия.

Г) Бих предложил също работна дефиниция: съвременната политическа икономия е (1) икономическа теория (2) от равнището и в рамките на базисната/общата/фундаменталната теория, тя (3) е извън икономикса и (4) има за обект икономиката.

Тази дефиниция:

- изключва от съвременната политическа икономия:

- икономикса, вкл. теориите в него, обявявани понякога за политическа икономия;

- изявите на „икономическия империализъм“;

- приложните интердисциплинарни изследвания и другите приложни хетеродоксални направления;

- включва в обсега си продълженията на класическата теория за съвременните условия и други хетеродоксални направления, които са в сферата на теорията и имат за обект икономиката, вкл. теоретичните интердисциплинарни изследвания за икономиката;

⁴¹ Неразличаването на идентифициране от наименоване, наименоването без идентифициране и идентификацията по признака „наименование“ са основната причина за неяснотите и объркването, които се ширят днес у нас и по света.

- допуска „различни политически икономии“ по признаците предмет и методи/подходи/методология (ако според въведените в дефиницията условия те са извън икономикса, насочени са към икономиката (а не извън нея) и са базисна теория).

*

Ренесансът на политическата икономия не е случаен. Той е обусловен от еволюцията на икономическата теория, от неспособността на икономикса да обясни адекватно реалността и от бързото развитие и изменение на съвременната икономика. В базисната теория има място за съвременна политическа икономия, но не за ширещата се у нас и по света противоречива съвкупност от несъгласувани до диаметрално противоположни и взаимно отричащи се възгледи, теории и направления, а за политическа икономия, представляваща подредена и, доколкото е възможно, непротиворечива система от знания. Подреждането и намаляването на противоречивостта започва с идентификацията.

Използвана литература:

Атанасов, Ат. (2007). Към по-скромна и открита обща икономическа теория: размишления от гледна точка на онтологията на икономикса. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 140-146.

Атанасов, Ат. (2007а). Политическа икономия на международните търговски преговори. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 235-243.

Атанасова, В. (2007). Мейнстрийм плурализъм и хетеродоксален плурализъм: проблеми и перспективи в развитието на съвременната икономическа наука. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 147-159.

Балабанов, Ил. (2007). Политическата икономия: минало и базов компонент на утрешната икономическа теория. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 29-38.

Борисова, М. (2016). Съвременният дебат в преподаването по политическа икономия и икономическият плурализъм: един особен френски случай. – В: Национална научна конференция по политическа икономия, 29-30 септември 2016 г. ИЦ към Русенския университет „Ангел Кънчев“, с. 86-95.

Великов, Н. (2014). Обучението по обща икономическа теория – с големи дефекти и скромни ефекти. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 413-419.

Гечев, Р. (2009). Политическа икономия на плоския данък. – Известия, N 1.

Градинаров, Б. (2014). Политическата икономия след неолибералната зима – едно закъсняло пробуждане. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 81-87.

Дончева, М. (2007). Ролята на политическата икономия при изследване на собствеността – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 244-252.

Замфирова, Акс. (2007). Политическата икономия – настояще на икономическата теория. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 82-89.

Йонева, Ел. (2014). Политическа икономия на световната енергетика – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 206-218.

Йотова, Л. (2007). Благосъстоянието като критерий за ефективност. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 211-222.

Казаков, Ам. (2007). Критичен анализ на преподаването на политическата икономия и икономикс в България. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 197-210.

Кацарски, Ив. (2014). Политическата икономия в теоретичен и социален контекст. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 72-80.

Кирова, Ал. (2014). Мястото на „икономическия империализъм“ в съвременната политическа икономия. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 439-449.

Кирова, Ал. (2010). Оценка на специфичните черти на новото кейнсианство спрямо другите направления в съвременния макроикономикс. – Икономическа мисъл, N 1.

Китанов, Я., В. Желязкова (2016). Проблеми на преподаването на икономикс в съвременните условия. – В: Критика на неокласическия икономикс в светлината на глобалната финансово-икономическа криза от 2008-2009 г. Национална научна кръгла маса, 24 юни 2016 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 274-284.

Ковачев, Здр. (2007). Седемдесет години плодотворна дейност (доклад за юбилей на катедра „Политическа икономия/Обща икономическа теория“, ИУ-Варна). – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 11-26.

Коева, Ст. (2007). Съвременната политическа икономия: традиционни подходи и нови посоки. – Икономическа мисъл, N 1

Колев, Цв. (2007). Политическата икономия в системата на общата теория на стопанството. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 104-113.

Косулиев, А. (2016). Трета национална конференция по политическа икономия. – Икономическа мисъл, N 6.

Кънев, М. (2014). За политическата икономия в контекста на новите реалности. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 99-106.

Лулански, П. (2011). Съвременната политическа икономия – калейдоскоп от въпросителни. – В: Политико-икономическият подход в икономическата теория и стопанската практика. Годишник на УНСС. С.: УИ „Стопанство“, с. 7-12.

Лулански, П. (2014). Обучението по политическа икономия в България – минало и настояще. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 394-412.

Марикина, М. (2011). Методологически проблеми в изучаването на икономическата наука в контекста на политическата икономия и икономикса. – В: Политико-икономическият подход в икономическата теория и стопанската практика. Годишник на УНСС. С.: УИ „Стопанство“, с. 235-262.

Маринов, В. (2011). Международната политическа икономия – една модерна наука. – В: Политико-икономическият подход в икономическата теория и стопанската практика. Годишник на УНСС. С.: УИ „Стопанство“, с. 13-68.

Минчев, Д. (1996). Кейнс и съвременната икономическа теория. – Икономика, N 7.

Минчев, Д. (2005). Към критиката на теорията за избора на съвременната икономическа теория. – В: Научни и методически проблеми на преподаването на икономическата теория. Научна конференция, 26 ноември 2004 г. С.: УИ. „Стопанство“, с. 90-94.

Минчев, Д. (2007). Икономическата теория е на кръстопът. – В: Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, с. 123-132.

Минчев, Д. (2013). Ренесанс на политическата икономия. Русе: „Лени-Ан“.

Минчев, Д. (2014). Общата теория на икономиката е в криза и се нуждае от обновление. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 88-92.

Миркович, К. (2003). Икономикс и политическа икономия – критика на становищата относно общото и различното между тях. – Алтернативи, 2003, N 6.

Миркович, К. (2011). Благото и продуктът като категории на политическата икономия. – В: Политико-икономическият подход в икономическата теория и стопанската практика. Годишник на УНСС. С.: УИ „Стопанство“, с. 124-166.

Михайлов, П. (2007). Трансформация на икономическата система в България: проблеми и противоречия, гл. 7. „Криза в икономическата теория: политическа икономия или икономикс?“ Варна: „ТедИна“.

Михайлова, К. (2014). Политическа икономия на медиите: теоретико-методологическа перспектива и предизвикателства на практиката във време на преход и криза. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 450-462.

Младенова, З. (1996). Интервю с проф. Уолт Ростоу. – Икономическа мисъл, N 2.

Младенова, З. (2007). Към съвременното разбиране на политическата икономия (в контекста на издаваните списания по политическа икономия). – Известия, N 3.

Младенова, З. (2008). Минало и настояще в интерпретацията на термина „политическа икономия“ в съвременните условия. – Икономически алтернативи, N 2.

Младенова, З. (2011). Неокласическата теория в края на XX – началото на XXI век. Част първа, Варна: „СТЕНО“.

Младенова, З. (2016). Персоналното „пътешествие“ към политическата икономия в България в началото на XXI век: избор между два пътя – В: Национална научна конференция по политическа икономия, 29-30 септември 2016 г. ИЦ към Русенския университет „Ангел Кънчев“, с. 30-36.

Неновски, Н. (2007). Паричният ред. Критика на теорията на парите. С.: „Сиела“.

Ножаров, Щ. (2014). Политическата икономия и преходът към „зелена“ икономика. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 177-187.

Пейовски, Вл. (2014). За ролята на нормативните съждения в икономическата наука. – Икономически и социални алтернативи, N 1

Проданов, В. (2011). Съвременни тенденции в преподаването на политическа икономия. – В: Политико-икономическият подход в икономическата теория и стопанската практика. Годишник на УНСС. С.: УИ „Стопанство“, с. 89-122.

Проданов, В. (2014). Кризата на икономическата теория и възраздането на политическата икономия. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 33-60.

Проданов, В. (2016). Политикономия на разпада на Европейския съюз. – В: Национална научна конференция по политическа икономия, 29-30 септември 2016 г. ИЦ към Русенския университет „Ангел Кънчев“, с. 76-85.

Сярова, Ел. (2014). Политикономически аспекти на новите икономически реалности. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 151-161.

Сярова, Ел. (2016). Политическа икономия в университетите в Германия, Австрия и Швейцария. – В: Национална научна конференция по политическа икономия, 29-30 септември 2016 г. ИЦ към Русенския университет „Ангел Кънчев“, с. 96-105.

Тодоров, В. (2015). Политическата икономия в УНСС: поглед отвън (експертен доклад). С.

Тодоров, В. (2016). Политическата икономия в България в началото на XXI век: състояние и перспективи (в търсене на пътя) – резюме. – В: Национална научна конференция по политическа икономия, 29-30 септември 2016 г. ИЦ към Русенския университет „Ангел Кънчев“, с. 5-14.

Тонев, Мл. (2003). Необходима ли е реабилитация на политическата икономия? – В: Национален семинар-дискусия по проблемите на икономическата теория, 12 юни 2003 г. С.: УИ „Стопанство“, с. 101-104.

Тонев, Мл. (2005). Политическа икономия и икономикс – параметри на кохезията. – В: Научни и методически проблеми на преподаването на икономическата теория. Научна конференция, 26 ноември 2004 г. С.: УИ. „Стопанство“, с. 125-130.

Тошкова, Св. (1999). Икономическите алтернативи. С.: „Тракия-М“.

Тошкова, Св. (2005). Социалните предизвикателства пред икономическата теория – преоценка на либералната парадигма. С.: УИ „Стопанство“.

Тошкова, Св. (2014). Икономическата теория в търсене на нова парадигма и методология (в контекста на историята). – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 9-32.

Тошкова, Св. (2016). За политическата икономия в катедра „Политическа икономия“ на УНСС. – В: Национална научна конференция по политическа икономия, 29-30 септември 2016 г. ИЦ към Русенския университет „Ангел Кънчев“, с. 15-29.

Цакова, Ив. (2014). Лобирането като политикономически феномен. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 226-235.

Цоклинова, М. (2014). Политическа икономия и устойчиво развитие в условия на глобални икономически трансформации. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 307-316.

Чипев, Пл. (2014). Съдържание и особености на обучението в академичния курс „Основни модели на политическата икономия“. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 498-503.

Чобанова, Р. (2014). Политикономически подход при изследване на глобалната технологична промяна. – В: Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, с. 107-126.

Икономикс: смяна на научната парадигма. Материали от научна конференция. С.: УИ „Стопанство“, 1995.

Критика на неокласическия икономикс в светлината на глобалната финансово-икономическа криза от 2008-2009 г. Национална научна кръгла маса, 24 юни 2016 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, 2016.

Национален семинар-дискусия по проблемите на икономическата теория, 12 юни 2003 г. С.: УИ „Стопанство“, 2003.

Национална научна конференция по политическа икономия, 29-30 септември 2016 г. ИЦ към Русенския университет „Ангел Кънчев“, 2016.

Научни и методически проблеми на преподаването на икономическата теория. Научна конференция, 26 ноември 2004 г. С.: УИ. „Стопанство“, 2005.

Политико-икономическият подход в икономическата теория и стопанската практика. Годишник на УНСС. С.: УИ „Стопанство“, 2011.

Политическата икономия: минало или бъдеще на икономическата теория. Научна конференция, 10–11 май 2007 г., ИУ-Варна. Изд. „Наука и икономика“, 2007.

Политическа икономия и икономическа теория. Научна конференция, 21–22 ноември 2013 г. С.: ИК-УНСС, 2014.

6.I.2017 г.

Доц. д-р Кристиян Хаджиев*

УПРАВЛЕНИЕ НА ВИРТУАЛНИ ЕКИПИ – ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Изследвани са видовете екипи в управлението, като са идентифицирани същностните характеристики на прилаганите в управленската практика организационни модели: работна група - екип - самоуправляващ се работен екип и виртуален екип. Фокусът е поставен върху виртуалните екипи. Анализирани са ключовите предпоставки, закономерности и процеси, свързани с проектирането и функционирането на високоефективни виртуални екипи. Прецизирани са индикаторите за екипна ефективност и са посочени факторите, които влияят върху непосредствените резултати. Изследвани са многостранните връзки в най-цитираните през последните 20 години интегративни модели не само на входа, но и в процеса на взаимодействие, както и начините за постигане на баланс и сработване между членовете на екипа. Целта е да се намери обща теоретична и методологична основа, която да обединява фундаменталните модели за ефективност на виртуалните екипи.

JEL: D03; D74; C81

Ключови думи: информационно общество, икономика на знанието, работна група, екип, СУРЕ-концепция, виртуален екип, индикатори и модели за екипна ефективност

В съвременния мениджмънт *виртуалните екипи* са нова парадигма в теорията и управленската практика. Информационните и комуникационните технологии (ИКТ) трансформират икономиката, бизнеса и институциите в обществото. В течение на продължителен период от развитието на управлението ударението е поставяно върху установяването на устойчива среда, йерархия, традиционни роли и рутинни операции. Интензивното пазарно проникване във всички сектори на икономиката, глобализацията и развитието на средствата за информационно общуване налагат промяна в поведението на организацията, свързана с нарастващите изисквания на потребителите, по-късия жизнен цикъл на продуктите, технологичните новости, политическата и икономическата нестабилност. Движещата сила на тези трансформационни промени са комуникационните и информационните технологии. Новите възможности за генериране и предоставяне на информация променят начина на живот, на работа и мислене. Изискванията се увеличават на всяко ниво - от индивидуалното през екипното до глобалното. Безпрецедентният брой на фирмени фалити и корпоративни сливания през последните няколко години илюстрират една негативна тенденция в съвременния бизнес. Тя се характеризира с неспособността на редица организации в различни сектори на световната икономика

* Нов български университет, департамент „Бизнес администрация“, khadjiev@nbu.bg

да се адаптират към динамичните изменения във външната среда. Това налага преоценка на редица смятани за безспорни досега схеми на управление и генериране на нови отправни точки и организационни решения.

В съвременната както глобална, така и национална икономика властват рискът и несигурността. При научните изследвания настъпват процеси на еволюция на концепциите, промяна в нагласите и общоприетите истини, които водят до качествено развитие на натрупаното знание.

В света на бизнеса акцентът все по-често се поставя върху необходимостта от работа в екип на консултантска основа като базов фактор за постигане на конкурентно предимство в среда с висока степен на неопределеност. Екипите са естествено допълнение към индивидуалната инициатива и реализация, тъй като включват по-голяма съпричастност към общите постижения. Независимо че в българската организационна практика необходимостта от екипи е всеобщо призната, подсъзнателно този феномен е силно подценяван от мениджмънта, което е непреодолима бариера за реализиране на екипния потенциал.

Видове екипи в управлението - същност и разграничения

В теорията и управленската практика термините „група“ и „екип“ се употребяват като синоними, въпреки че те идентифицират различни организационни модели. В много ситуации границите са размити и неопределени. Групите в управлението имат по-широк смисъл, отколкото екипите, и се прилагат в по-голям брой социални и организационни форми (Hackman, 1987). Изследванията в областта на груповата динамика (терапевтични групи, Т-групи и др.) показват, че основната задача на членовете на групата е реализирането на индивидуални цели. Терминът „група“ е обобщено понятие и се разграничава от работната група по два основни критерия – диференцирани роли и задачи, които се изпълняват от членовете.

Екипът е малка група от хора с допълнителни знания и умения (технически, функционални, междуличностни, социални, когнитивни), свързани пряко при постигането на специфични общи цели и уникални резултати чрез подход, за който се държат взаимно отговорни (Хаджиев, 2005, с. 154). Ако се извадят фразите „специфични общи цели“, „уникални резултати“ и „взаимна отговорност“, то това определение може да се отнесе и до групите. Основната характеристика на екипната дейност е *координацията*, чрез която членовете на екипа се саморегулират за реализирането на планираните цели. Функционалните изисквания, които се идентифицират като ключови характеристики на екипната среда, са едновременно (паралелно изпълнение на дейностите) и съгласуваност (екипните задачи и междинни резултати са вход за други членове на екипа).

При работните групи индивидуалните роли и отговорности са в основата на резултата. Груповите дейности са свързани със споделяне на информация,

формирание на базисни ценности и взимане на критични решения. Основната им характеристика е, че членовете на групата изпълняват взаимно заменяеми функции. В контекста на екипите ролите и отговорностите са разширени (обогадени), а функциите и задачите са предварително разграничени.

Традиционно екипите имат история и бъдеще, докато групите в управлението се създават за изпълнение на конкретна цел и се разпадат, след като задачата бъде реализирана. Това обаче не трябва да се абсолютизира, тъй като някои видове екипи (например проектните) също имат преходен характер и са детерминирани във времето, а някои работни групи функционират относително постоянно в бизнес-организациите.

Лидерството е друга ключова разделителна характеристика между екипите и групите в управлението. Безспорен факт е, че различните ситуации и организационни модели изискват адекватни и специфични стилове на ръководство. Ефективността в работните групи е директно свързана с оптимизиране на личностния принос и е във функционална зависимост от потенциала на индивидуалните части. Лидерските роли в този процес са категорично изразени. В екипна среда по-високите нива на организационна ефективност са пряко свързани със синергичните ефекти – цялото е по-голямо от сбора на съставните му части. Лидерските роли са споделени между членовете на екипа и са функция на обстоятелствата и спецификата на контекста. Ефективните лидери инстинктивно фокусират своите усилия върху екипните резултати, а не върху перфектността на изпълнение на дейностите и върху индивидуалните постижения. Това изисква допълнителни, полифункционални умения, които обединяват индивидуалните компетентности за постигането на общите цели и задачи, и води до изграждането на силна взаимна отговорност.

Изследването на екипите в управлението достига качествено ново равнище с обособяването на концепцията СУРЕ (самоуправляващи се работни екипи) (вж. Хаджиев, 2010, с. 62 и сл.). Феноменът СУРЕ е нова управленска парадигма, която създава предпоставки за уникален баланс между бизнеса, техническата и социалната система. Членовете на тези екипи имат властта да модифицират техническите характеристики на своята работа и ежедневно си социално поведение, което допринася за минимизиране на разходите и максимизиране на непосредствените резултати.

Самоуправляващите се работни екипи са група служители, които са отговорни за управлението и изпълнението на специфични задачи, свързани с производството и реализацията на стоки или услуги, предназначени за вътрешен или външен потребител. Обикновено екипите се състоят от 5 до 15 служители, отговорни за управлението на определени работни процеси или дейности, включващи например планиране и съставяне на графици, мониторинг и набиране на човешки капитал. В техните задължения влизат и техническите аспекти на дейността. Особено тук е, че членовете на един СУРЕ обикновено се редуват периодично при носенето на *тези управленски и технически отговорности*.

В литературата често вместо „самоуправляващи се работни екипи“ се използва понятието „работни групи“ (Johnson & Johnson, 1994). Трябва да се отбележи, че СУРЕ не са работни групи, както ги дефинират Джонсън и Джонсън, защото *взаимната зависимост между членовете на работната група обикновено е слаба, а отговорността за работата е концентрирана предимно върху индивида, а не върху цялата група*. СУРЕ не са екипи с краткосрочни цели, подобно на виртуалните екипи и на тези за изпълнение на конкретен проект. Същевременно е логично да се очаква, че много от факторите, които са важни за добро изпълнение на СУРЕ, са приложими и за работните групи и краткосрочните екипи.

СУРЕ функционират в сложна работна среда. На членовете на групата се дава възможност да използват различни умения, да изпълняват взаимосвързани задачи, да вземат важни решения и да получават адекватна обратна връзка за постигнатите резултати. Тази комбинация удовлетворява индивидите, които имат потребност от независимост, отговорност и значими задачи.

Като произведен и еволюционен модел на екипната философия СУРЕ-концепцията е резултат от международната конкуренция и динамичните промени във външната и вътрешната среда. Това мотивира бизнес-организациите да потърсят адекватни начини за прилагането на тази нова управленска технология. Непосредствените ползи от въвличането на корпоративните мрежи в СУРЕ са по-високите нива на организационна ефективност и изпълнение на планираните дейности с цената на по-малко разходи. Разбира се, тези резултати трудно се доказват статистически поради сложността да се изолират индивидуалните ефекти на самоуправлението от действието на много други фактори на работното място. Поради това ефектите на СУРЕ могат да се определят най-добре чрез използването на методологии, тясно свързани с качествени изследвания (case studies) вместо с количествени анализи.

Проучванията показват, че при подходящи условия СУРЕ получават много по-високи резултати в сравнение със служителите, организирани в йерархична традиционна структура. Причината е, че те влагат не само технически, но и управленски умения. Решенията, вземани от тези екипи, са много по-ефективни, защото членовете им участват непосредствено в целия работен процес. Това създава предпоставки за иновации и творчество.

Основните конкурентни предимства на СУРЕ се изразяват в постигането на високи нива на сътрудничество и степен на взаимозаменяемост при изпълнението на планираните дейности. Те са в състояние да разпределят роли и отговорности на базата на потребностите и компетентността. В сравнение с традиционната работна среда при СУРЕ се намалява броят на супервайзърите, тъй като членовете носят голяма част от управленските отговорности.

Способността на СУРЕ да постигат по-добро изпълнение при по-ниски разходи обаче зависи от множество фактори като: работни и междуличностни процеси, непосредствената среда, управленската подкрепа и квалификацията, структурата на екипа и характеристиките на самите членове. Ако те не се пла-

нират и прилагат в тяхната непосредствена взаимовръзка, СУРЕ не могат да разкрият своя потенциал.

Изводът, който се налага, е, че уникалността на СУРЕ в сравнение с изследваните организационни модели (група и екип) се състои в това, че техните членове имат властта да вземат решения и да управляват вътрешните процеси, свързани с производството на специфичен продукт, услуга или решение, като същевременно носят управленски и технически отговорности.

Динамичното развитие на ИКТ през последните години дава силен тласък на глобализацията на компаниите. Вследствие на това много организации трансформират своята дейност, като инициират промени. Масово навлизат нови методи на работа, постоянно се експериментира. Смятаното в миналото за екзотично изискване към служителите за работа във виртуален екип сега вече е доминираща всекидневна дейност. Предимствата на виртуалната работа позволяват при някои дейности многократно да се увеличи производителността при минимални разходи. Виртуалните комуникации са норма за редица организации (Bergiel et al., 2008). Бариерите, които поставят времето и дистанцията, се преодоляват с развитието на технологиите. Разширява се достъпът до експерти от целия свят. Управлението на виртуални екипи и участието на мениджмънта в организацията на тяхната дейност се превръщат в основен проблем и задача.

Виртуалните екипи еволюират по естествен начин от традиционните. Основните бариери пред работата във виртуален екип са породени от различията в културите, както и от неразбирането на ролята и значението на ИКТ за ефективното им функциониране. Предизвикателствата са свързани с трудности в управлението на екипа от разстояние и с изграждането на доверие и адекватни междуличностни отношения.

Функционирането на организациите в среда с висока степен на неопределеност, бурното развитие на ИКТ и глобализацията в бизнеса са предпоставки за развитието на виртуалните екипи в управлението.

Теоретична рамка на функционирането на виртуалните екипи

Работата от дистанция и в различно време не е новост в организационната теория и практика. Развитието на виртуални екипи е непосредствен резултат и от СУРЕ-концепцията. Началото е поставено през 80-те и 90-те години на XX век, когато редица компании в САЩ („Моторола“, „Дженерал Електрик“ и др.) въвеждат саморегулиращи се екипи. В тези нови структури традиционните основни функции на мениджмънта (планиране, организиране, ръководство и контрол) се прехвърлят върху екипа. Основната цел е да се намали бюрократията и да се увеличи ефективността.

Еволюционното развитие на тази организационна технология в условията на информационното общество и икономиката на знанието е работата от дистанция (telework) и формирането на виртуалните екипи. Във връзка с това в свой литературен обзор Мартинс достига до извода, че „с малки изключения екипите във всички организации до известна степен са виртуални“ (Martins, et al., 2004).

Хертел и неговият екип анализират и разграничават различните форми на организация при работата от дистанция – виртуални групи, виртуални екипи и виртуални общности (Hertel et al., 2005). Различните форми на „виртуалността“ се дефинират според броя на участниците и степента на взаимодействие между тях. Работата от дистанция се извършва частично или изцяло извън организационните граници чрез информационни и телекомуникационни средства. Характерно при *виртуалните групи* е, че индивидите работят дистанционно, като всеки се отчита на конкретен мениджър. За разлика от тях членовете на *виртуалните екипи* взаимодействат помежду си в процеса на реализирането на общи цели.

Виртуалните общности са по-големи единици, в които членовете участват чрез интернет-пространството. Те имат общи цели, роли и норми. Една от основните разлики от виртуалните групи и екипи е, че тези общности не са включени в организационната структура и в повечето случаи са формирани като инициатива на някои от членовете. Пример в това отношение са проектите с отворен код.

В теорията няма единна дефиниция на термина „виртуален екип“. Някои автори поставят фокуса върху физическото разпределение и степента на виртуалност (Gassmann & von Zedtwitz, 2003). Факт е обаче, че членовете на виртуалните екипи могат да работят на едно място, но да присъстват по различно време (Leenders et al., 2003). Това, което ги обединява като дефинитивна характеристика, е прилагането на ИКТ в работните и междуличностните процеси.

В контекста на този анализ и на базата на теоретичен мониторинг виртуалните екипи могат да се определят като малки временни групи от хора с допълнителни знания и умения, които работят (комуникират, взаимодействат и формират отношения) извън пространствените, времевите и организационните граници чрез мрежи от комуникационни технологии за постигането на специфични общи цели и задачи. Ако се извадят фразите „мрежи от комуникационни технологии“ и „пространствени, времеве и организационни граници“, тази дефиниция може да се отнесе и до екипите (Хаджиев, 2005, с. 154).

В зависимост от естеството на извършваните дейности и специфичните предизвикателства Дуарте и Снайдер разграничават следните видове виртуални екипи (Duarte & Snyder, 2006):

Мрежови - състоят се от хора, които си взаимодействат за постигането на обща цел. Тези екипи работят съвместно, но в различно време, от дистанция и извън организационните граници. Възможно е в някои ситуации членовете на екипа да не са информирани за всички участници в мрежата.

Паралелни - изпълняват специфични задачи или функции, които традиционната организация не иска или не е в техническо състояние да реализира. Разликата с мрежовите екипи е в обособеното членство. Изграждат се за осъществяване на краткосрочни проекти, свързани с оптимизиране на процеси или с решаване на специфични бизнес-проблеми.

Проектни - създават се с цел постигане на конкретен резултат и се разпадат след приключване на дейностите по проекта. За разлика от *паралелните* проектните екипи съществуват и функционират по-продължително. Общото между проектния и мрежовия екип е, че участниците могат да влизат или да излизат от него, когато тяхната експертиза е необходима. Ключовата разлика е, че членовете на проектните екипи *принадлежат трайно* към други екипи в организацията, но за определен момент са интегрирани в границите на проектния екип и стават част и от двете структури. Проектните екипи са актуален бизнес-модел при разработването на нови продукти и услуги, изграждането на вътрешни системи в организацията, въвеждането на промени или постигането на резултати с дефинирани параметри и срок за реализация.

Работни - извършват регулярна и непрекъсната във времето дейност. Съществуват в рамките на една функция на организацията, например финанси, маркетинг, тренинг и др. Имат обособени граници и изразено членство, което ги разграничава от другите структури на организацията. Много работни екипи функционират виртуално, разделени във времето и пространството.

Мениджърски - изпълняват регулярни и непрекъснати във времето управленски функции. Съществуват извън националните, но в рамките на организационните екипи. Те са типичен бизнес-модел за транснационалните и международните корпорации. Членовете им са част от една организационна структура, но за да се оптимизират процесите, са географски раздалечени.

Оперативни (action teams) - прилагат се в критични ситуации. Функционират виртуално, разделени във времето и пространството.

В сравнение с традиционните модели на управление виртуалните екипи имат редица безспорни предимства. Основните им *положителни страни* могат да бъдат сведени до:

- безпрецедентно ниво на гъвкавост - привличането на човешки капитал в организацията се осъществява без инициране на промени в административната структура, работното пространство и други усложнения, характерни за традиционните екипи;
- съкращаване на времето и разходите чрез ИКТ;
- осигуряване на равни възможности на работното място чрез намаляване на възрастовата и расовата дискриминация. Виртуалните екипи се оценяват главно по резултатите, а физическият вид на членовете остава анонимен. Допълнително те осигуряват равномерно участие при хетерогенни групи. Чрез технологиите се елиминират невербалните знаци и статусни различия;
- високи нива на продуктивност, свързана със съкращаване на времето за излизане на пазара (например чрез паралелна работа по дизайна на продукта от няколко екипа). Виртуалните екипи прилагат принципа на „следване на слънчевата светлина“, т.е. членовете се активират в различни точки на света в зависимост от придвижването на границата на деня, за да гарантират 24/7 достъпност на услугата или процеса;

- трансфер на знания и осигуряване на достъп до таланти независимо от организационните и националните граници – международните виртуални екипи са източник на директен достъп до информация, практики и идеи;

- ниски разходи за обучение.

Бизнесът търси възможности да се възползва от тези предимства, но дистанционният метод е нова управленска философия, която крие редица предизвикателства пред мениджмънта на виртуални екипи. Основните *недостатъци* в най-общ план са:

- използване на сложни технологични приложения, чието усвояване увеличава разходите и времето за обучение;

- липса на физически взаимодействия, което води до замърсяване на комуникацията и неразбиране на посланията, обменяни чрез индиректни носители (скайп, мейл и др.). Независимо от динамичното развитие на дистанционните средства за предаване на информация мисловните модели са настроени към директно ниво на общуване, поради което съвместната работа (лице в лице) е по-ефективна при създаването на концепция за решаване на проблеми;

- спадане на доверието вследствие на прекъсвания в комуникацията и намаленото влияние на ръководителя - това създава предпоставки за конфликти и борба за власт;

- възможни усложнения при определянето на адекватна технология. Причината е, че дейностите по изпълнението на конкретен проект могат да бъдат координирани както асинхронно, така и синхронно. Във всяка от тези две категории съществуват редица ИТ решения за работа в екип;

- предизвикателства при управление на конфликти. Липсата на социален контакт създава среда, в която членовете на виртуалния екип биха могли да интерпретират фактите неадекватно и да правят грешни предположения. Така се нарушават междуличностните отношения и се създават предпоставки за възникване на конфликти, които влияят отрицателно върху продуктивността на екипа;

- културното и функционалното разнообразие във виртуалния екип предизвиква различия в мисловния процес на неговите членове, в резултат от което създаването на доверие може да затрудни мениджмънта на екипа;

- потребността от специализирано обучение и техническа експертиза, които са основни предпоставки за ефективното функциониране на виртуалния екип.

Независимо от посочените недостатъци виртуалните екипи се налагат като норма в бизнес-организациите. Ефектите от минимизирането на разходите, безпрецедентните нива на гъвкавост и преодоляването на времевите и географските бариери са значително по-големи от проблемите, свързани с включването на ИТ решения и липсата на физическо взаимодействие. Следователно при проектирането на виртуални екипи трябва да се максимизират предимствата при дизайна и управлението на работата от дистанция и да се неутрализират недостатъците, свързани с приложенията на технологиите, координационните механизми, решаването на конфликти, лидерството и мотивацията.

Модели за ефективност на виртуални екипи

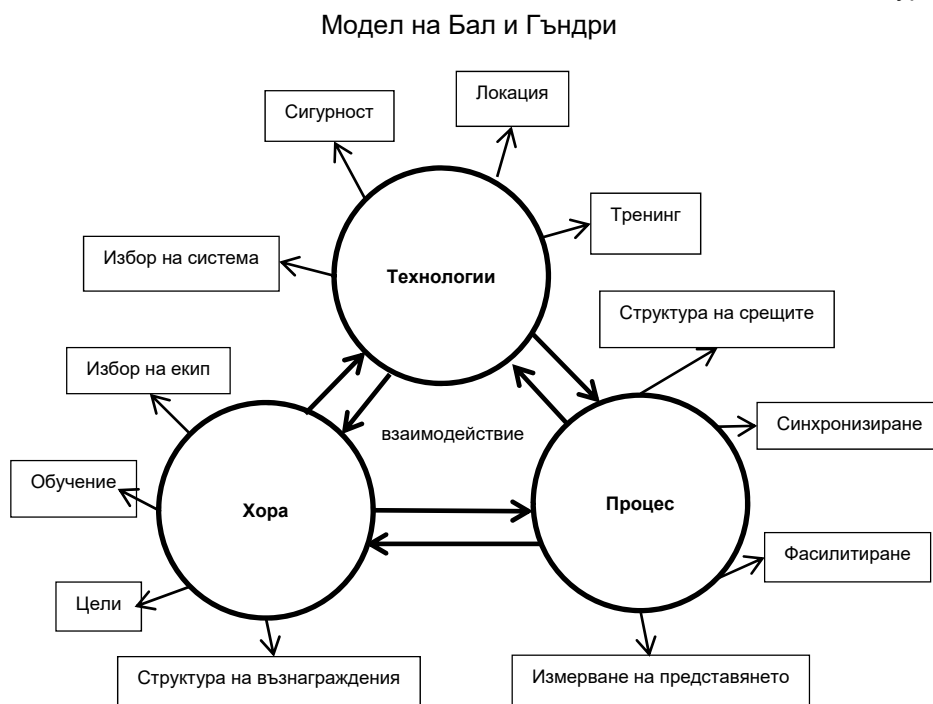
В теорията и социалната практика няма общоприет модел за ефективност на виртуален екип. Голяма част от представените в литературата модели са модификации на класическия модел на Хакман за работа в екип „вход–процес–резултат“ (вж. Hackman & Morris, 1978) и идентифицират и анализират фактори, уникални за виртуалните екипи, които влияят непосредствено върху ефективността.

По-нататък е направен критичен анализ на най-цитираните през последните 20 години модели за ефективност на виртуални екипи, като са изследвани техните предимства и недостатъци.

Модел на Бал и Гъндри

Бал и Гъндри представят модел на основните фактори, които влияят върху ефективната работа в екип (Bal & Gundry, 1999). Тези фактори са обединени в три основни групи: хора, процеси и технологии (фиг. 1).

Фигура 1



Източник: Bal & Gundry, 1999.

В категорията хора са включени факторите, свързани с взаимодействието между индивидите:

- цели на виртуалния екип, които обединяват и мотивират членовете на екипа - те трябва да са конкретно дефинирани поради характера на работата на виртуалните екипи, които функционират извън границите на традиционната организация с по-малко бюрократични правила в процеса на управление;

- обучение – фокусът се поставя върху необходимостта от социални контакти, за да се изгради доверие;

- структура на възнагражденията – типичен за виртуалните екипи е синдромът „извън поглед“, свързан с проблема, че работата на членовете на екипа няма да бъде адекватно оценена, както и със загубата на някои привилегии;

- избор на членове на екипа – извършва се на базата на знания, умения, компетентност и експертиза и е особено труден поради географското и организационното разделение. Относителната автономност изисква високи нива на взаимодействие между участниците във виртуалните екипи, но локалната подкрепа и социалният контакт често отсъстват, независимо че те придават легитимност на тези връзки.

В категорията „технология“ са обособени следните фактори:

- избор на система – зависи основно от спецификата на задачата, организационните способности и индивидуалните умения;

- сигурност – засяга възможността за неоторизиран достъп до вътрешните мрежи на компаниите;

- локация – отнася се до въпроси, свързани с физическото разпределение на членовете на екипа и с достъпа до технологията;

- тренинг – липсата на обучение с даден инструмент за работа е бариера за комуникация.

Категорията „процес“ включва:

- синхронизация – потребност от допълнителна синхронизация на процесите в компанията, защото те са проектирани за директни контакти;

- структура на срещите – поради ограниченията, налагани от средата, е нужна промяна в структурата и съдържанието на срещите на виртуалните екипи спрямо тези на традиционните;

- измерване на изпълнението – поради трудностите в оценката авторите на модела предлагат изпълнението да бъде обвързано с възнагражденията;

- фасилитиране на екипа – фокусът се поставя върху потребността от вътрешен фасилитатор на виртуалния екип.

Бал и Гъндри идентифицират 12 критични фактора, които въздействат върху ефективността на виртуалния екип, посочвайки влиянието им един върху друг. Връзката между тях и ефективността не е линейна.

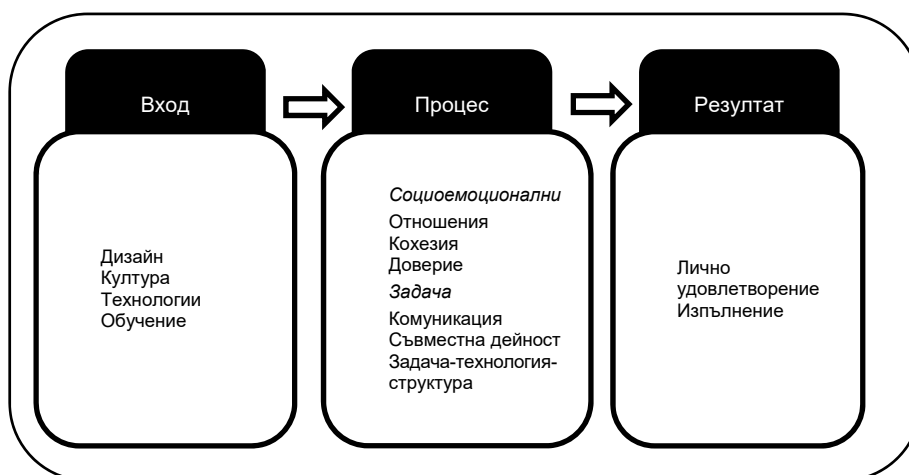
Този моделът има редица недостатъци. Той се базира основно на личните наблюдения на авторите, които не представят емпирични доказателства за валидността му. Друг съществен недостатък е, че моделът е статичен, т.е. не се изследва въпросът как влиянието на факторите се променя във времето.

Модел на жизнения цикъл на виртуалните екипи

Съвместно с екип от учени Пауел извършва метаанализ на 43 публикации за реално функциониращи виртуални екипи в бизнеса (Powell, Piccoli & Ives, 2004). Изведените променливи са организирани в четири категории: вход, социално-емоционални процеси, процеси, ориентирани към изпълнението на задачата, и изход. Така групираният резултат са представени по модела на жизнения цикъл за виртуални екипи на Сандърс (Saunders, 2000) (фиг. 2).

Фигура 2

Модел на жизнения цикъл на Сандърс



Източник. Saunders, 2000.

Моделът съдържа три основни етапа:

1. Вход – тук са дефинирани следните поделементи: *дизайн*, който включва споделено разбиране за екипната задача и идентифициране на силните и слабите страни на членовете на екипа; *култура*, която се отнася до персоналните въздействия върху средата; *технологична компетентност* (знания и умения) за използваната от екипа технология; *обучението* като инструмент за установяването на адекватни взаимоотношения между членовете на екипа във виртуална среда.

2. Процес – този етап има два поделемента: *социоемоционален* и *ориентиран към задачата*. Първият се отнася до отношенията, доверието и кохезията в екипа, а вторият – до комуникацията, дейностите по съвместна работа и синхронизирането на задача – технология – структура.

3. Резултат – характеризира се също от два поделемента: *лична удовлетвореност на екипа* и *изпълнение*.

Приносът на Пауел е, че конкретизира модела на Сандърс, изследвайки екипите във времето. Той го представя като линеен и разглежда развитието на екипите в три основни етапа, като за всеки от тях са идентифицирани факторите, изведени от предходни емпирични изследвания. Нов момент е, че ефективността на екипа се анализира от две гледни точки – постигнати резултати и лична удовлетвореност на неговите членове.

Недостатък на този модел обаче е, че представя връзките между факторите еднопосочно - не се идентифицират корелационни зависимости между тях вътре в групите. Авторите ограничават влиянието върху ефективността само до фактори, които са вътрешноприсъщи на екипа, но не и на по-голямата система – организация, общество и т.н. Не се отчита, че ходът на екипа въздейства индиректно върху резултатите чрез влиянието си върху процесите.

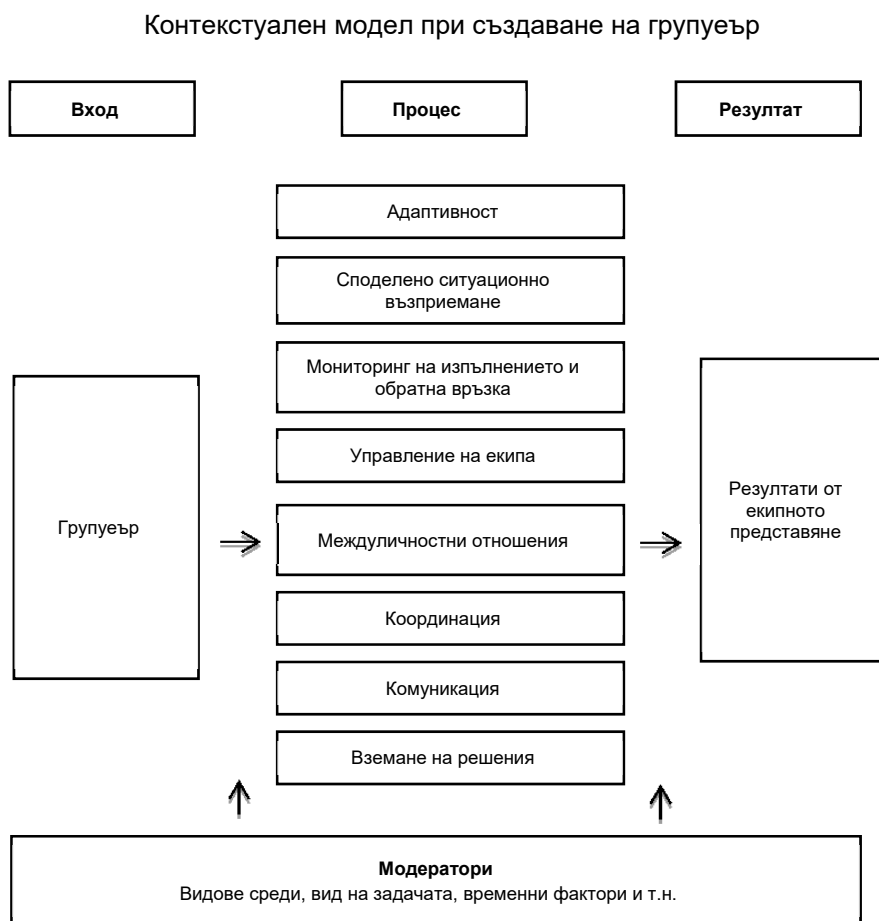
*Контекстуален модел за развитие на група
на Дрискъл и Салас*

Този модел се базира върху класическия модел „вход-процес-резултат“ на Хакман. Основната теза на авторите е, че софтуерните системи, обединени под името „групоеър“, не успяват да посрещнат нуждите и предизвикателствата на виртуалните екипи (Driskell & Salas, 2006). Те дефинират „групоеър“ (от англ. groupware) като софтуер, който подпомага изпълнението на групата. В повечето случаи групоеърът интегрира голям набор от софтуерни приложения: имейл, споделяне на софтуер, платформа за електронни срещи, видеоконференции и т.н.

Дрискъл и Салас въвеждат осем специфични функции на екипа, които оказват влияние върху резултатите от екипната работа (вж. фиг. 3):

- *адаптивност* - взаимно нагаждане, компенсиращо поведение, преразпределяне на ресурсите за постигане на екипните цели;
- *споделено ситуационно възприемане* – адекватна информационна осигуреност на членовете на екипа по отношение на контекстуалната задача (проекта);
- *мониторинг на изпълнението и обратна връзка* - членовете на екипа трябва да следят индивидуалния принос и груповия прогрес, да идентифицират грешките и да осигуряват обратна връзка;
- *управление на екипа* – координиране на груповите усилия за постигане на целите;
- *междупличностни отношения* - решаване на конфликти, стимулиране на откритост и доверие в процеса на съвместна работа, установяване на морални и етични стандарти;
- *координация* – в екипна среда инструментът за постигане на добри резултати е матрицата за разпределяне на роли и отговорности (responsible chart);
- *комуникация* - ефективна и навременна обмяна на информация;
- *вземане на решения* - идентифициране и оценяване на проблеми, генериране и внедряване на решения и оценка на последствията.

Фигура 3



Източник. Driskell & Salas, 2006.

Вторият отличителен момент в модела е въвеждането на критични контекстуални фактори или т.нар. модератори, влияещи върху екипа, които Дрискъл и Салас групират по следния начин:

- вид на средата – по категоричен начин трябва да се идентифицира зависимостта, че комуникацията в екипа на контекстна информация се влошава при преминаване към работа от разстояние;
- вид на задачата – взимат се под внимание следните променливи: когнитивни срещу физически изисквания; механични (технически, интелектуални) задачи; аналитични, с богато въображение (творчески, социално-манипулатив-

ни); логически, прецизни задачи; създаване, избиране, договаряне или изпълнение; несигурност на задачата; независимост;

- екипна фаза на развитие – новосформирани групи могат да изпълняват ефективно задачи, изискващи предимно индивидуални усилия. За да развие продуктивни взаимоотношения групата преминава през пет основни етапа: ориентация, конфликт, кохезия, изпълнение и удовлетворение;

- размер на групата – той въздейства директно върху ефективността и изпълнението на екипа чрез разнообразието в компетентността на участниците, изискванията и механизмите за координация, инструментите за постигане на консенсус, възможностите за участие, индивидуалното представяне и удовлетворението;

- статус структура – този фактор се свързва с влиянието на личността в групата и е от съществено значение при изискванията за взаимодействие между членовете на екипа, управлението на ресурсите и взимането на решения. Наличието на статус структура може да подпомогне или да възпрепятства изпълнението на групата в зависимост от вида на задачата;

- високо ниво на стрес – динамиката на средата и високите изисквания към членовете на екипа могат да повишат междуличностната агресия и да доведат до пренебрегване на социалните знаци.

Независимо че фокусът на модела на Дрискъл и Салас е в контекста на групуеър, той представя различна перспектива за факторите, които влияят върху ефективността на виртуалния екип. Авторите изследват класическия модел на жизнен цикъл на екипа от различна гледна точка, базирайки се върху основните етапи, подредени в линейна последователност.

Основният недостатък на модела е липсата на връзки между анализирани процеси и модератори. Авторите не представят информация за резултати от емпирични изследвания, което поставя под съмнение валидността на модела. Не се разглежда и въздействието на процесите върху ефективността на виртуалния екип.

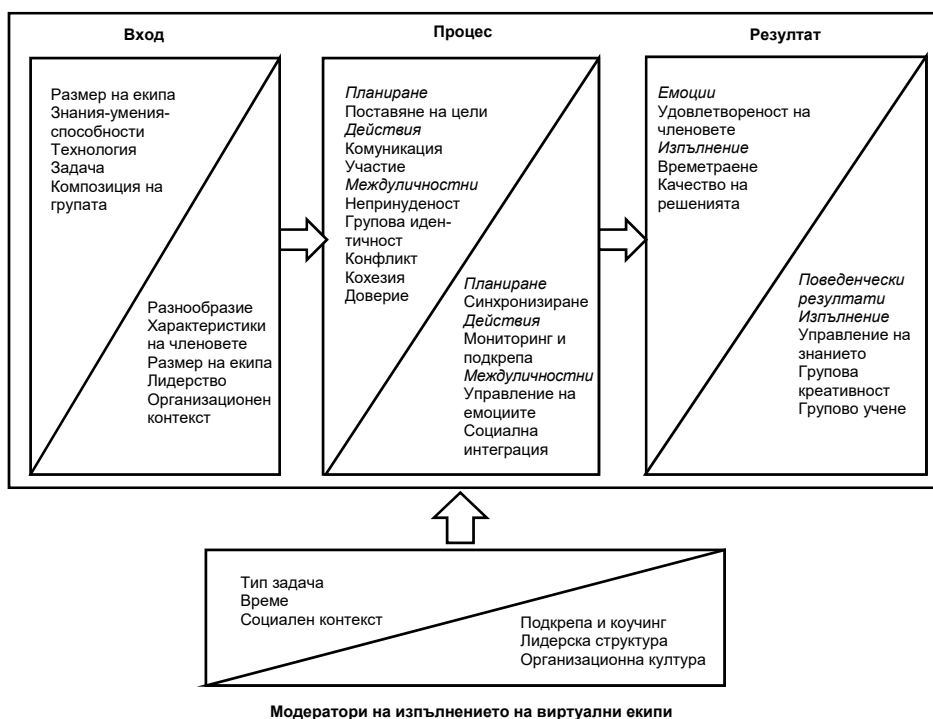
*Модел „вход-процес-резултат“ за функциониране на виртуални екипи
на Мартинс, Глисън и Мейнрад*

Авторите на този модел, подобно на Дрискъл и Салас, разглеждат функционирането на виртуалните екипи на базата на класическия модел на Хакман, въвеждайки специална група от променливи, която наричат „модератори на изпълнението“ (вж. Martins, Gilson & Maynard, 2004). Чрез тези непредвидени фактори те се опитват да обяснят непостоянните резултати на виртуалните екипи (вж. фиг. 4).

Във всяка категория са представени променливите, които влияят върху ефективността на виртуалния екип. В горния ляв ъгъл са изследваните фактори, систематизирани в литературата, а в дясната част са поставени тези, които трябва да бъдат допълнително емпирично анализирани.

Фигура 4

Модел „вход-процес-резултат“ за функциониране на виртуални екипи



Източник. Martins et al., 2004.

На входа на модела са представени базисните условия на групата като материални и човешки ресурси. В тази група са идентифицирани следните променливи:

- размер на екипа – традиционно критична променлива в управлението на екипа, пряко свързана с естеството на неговата работа и с използваната технология. В общия случай технологиите минимизират негативните ефекти от размера на виртуалния екип в сравнение с традиционните;
- знания, умения и способности – фокусът се поставя главно върху техническите умения на членовете на екипа. Те са екзистенциални, тъй като техническата и функционалната експертиза влияе положително върху непосредствените резултати, както и върху способността на екипа да се справя с несигурност от техническо естество и изграждането на доверие;
- технология – важна променлива, която въздейства положително върху груповата ефективност и ефикасност, върху обема на комуникация, междуличностните отношения и ангажираността на членовете на екипа. Същевременно

липсата на невербални и визуални знаци е причина за удължаване на времето при взимането на решение и представлява естествена бариера да се използва и реализира потенциалът на участниците по отношение на основни въпроси и проблеми;

- задача – критичен фактор, влияещ върху успеха и скоростта, с която виртуалните екипи взимат решения и изграждат съпричастност към общите цели;

- композиция на групата – ефектът на статуса има противоречив характер при виртуалните екипи. Според някои автори неговото въздействие във виртуална среда намалява, а според други се увеличава, тъй като се копира йерархичната структура на организацията.

Процесните критерии идентифицират факторите, които са в основата на резултата. Мартинс, Глисън и Мейнрад разграничават три подгрупи процеси:

- на планиране – включват анализ на мисията, формулиране на цели, стратегия и процеси, свързани с фокусиране на усилията на групата;

- на действието – това са динамиките, които протичат по време на изпълнението на груповите задачи (комуникация, участие, координация и мониторинг на прогреса на групата);

- междуличностни – отнасят се към взаимоотношенията между членовете на екипа (конфликт, доверие, кохезия, емоции, социална интеграция и т.н.).

В категорията „резултати“ авторите идентифицират две основни подгрупи – *емоционални и резултати от представянето*, които не могат да се разглеждат независимо, тъй като са взаимосвързани. При първата група удовлетвореността на членовете на виртуалния екип се детерминира от естеството на работата и от състава на екипа. При втората подгрупа по правило времето, необходимо за изпълнение на задачата на виртуалните екипи, е по-продължително, отколкото при традиционните екипи. Причините са свързани основно с асинхронния характер на комуникацията. При сравнението на виртуалните с традиционните екипи тук резултатите от изследванията по отношение на оригиналността и качеството на решенията са противоречиви.

За да обяснят непостоянните резултати на виртуалните екипи, авторите на този модел определят като причини следните непредвидени фактори, които систематизират като модератори на изпълнението:

- вид на задачата – този фактор *модерира* ефекта на виртуалността върху резултатите на екипа. Някои задачи (например брейнсторминг) са по-ефективни във виртуален екип, отколкото при традиционните, докато при други се наблюдава влошаване на резултатите (например при водене на преговори);

- времето – екипите се развиват с времето и трудностите, свързани с липсата на физически контакт и производните на това проблеми, намаляват, като същевременно се увеличава удовлетвореността на членовете на екипа;

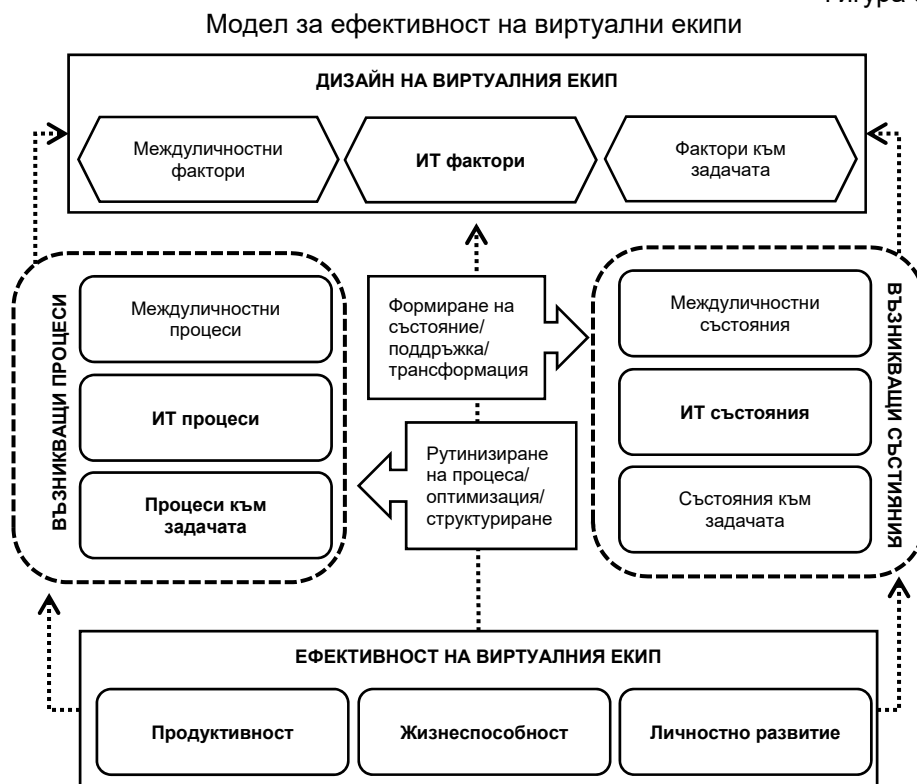
- социален контекст – този фактор *модерира* ефектите на виртуалните взаимоотношения върху резултатите на екипа.

Основните предимства на модела „вход-процес-резултат“ за функциониране на виртуални екипи са в идентифицирането на конкретни фактори и на тяхното влияние върху резултатите на екипа.

Модел за ефективност на виртуални екипи

Мортенсен и неговият екип създават модел, чрез който представят сложните връзки, възникващи във виртуалните екипи, между хората, задачата и технологиите (Mortensen et al., 2009). В основата на този модел са залегнали, от една страна, изследванията на Хакман, който подчертава важността груповата ефективност да се разглежда от различни перспективи, а от друга - моделите на Маркс и Илген, които идентифицират главните категории във всеки аспект с конкретни предпоставки (вж. Marks et al., 2001; Ilgen et al., 2005).

Фигура 5



Источник. Mortensen et al., 2009.

В модела на Мортенсен ефективността на виртуалния екип се изследва от три различни перспективи (вж. фиг. 5):

- продуктивност – способността да се реализират стандартите за качество, количество, време и т.н.;
- жизнеспособност – умението на екипа да се запази целостта на групата. Конкретни измерители са удовлетворението и желанието за съвместна работа;
- личностно развитие на членовете на екипа – степента, до която знанията и уменията на екипа удовлетворяват личностните потребности на участниците.

Разграничават се три основни категории с предпоставки: фактори от *дизайна*, възникващи (emergent) *екипни процеси* и възникващи *екипни състояния*. Всяка от тези категории се разглежда от три перспективи – междуличностни фактори, задача и информационни технологии.

1. *Дизайнът на виртуалния екип* осигурява структурния контекст, в който функционират и се развиват индивидите. От гледна точка на посочените перспективи Мортенсен групира факторите по следния начин:

- междуличностни фактори – включват индивидуалните характеристиките на членовете на екипа и начините на взаимодействие в рамките на групата. Основни индикатори са: експертиза (знания, умения, компетентност), размер на екипа, географска и времева разпръснатост, културно и функционално разнообразие, *индекс на екипната виртуалност* и др.;

- същност и характеристики на задачата, която виртуалният екип трябва да реализира - факторите тук са степен на взаимозависимост, сложност, уникалност, структура за управление (формална или неформална) и естество на задачата (например разработка на софтуер, развитие на нов продукт, изследване и т.н.);

- информационни технологии – включват технологични фактори, които се отнасят към самата медия (например системи за конференция - компютърна, аудио- или видео-) и съответните характеристики на дадената платформа – незабавност или асинхронност на обратната връзка.

2. *Възникващите екипни процеси* определят начините и механизмите на взаимодействие. Процесите не са статични - те се променят с течение на времето или се формират нови. В тази категория факторите отново се групират в трите основни перспективи:

- междуличностни възникващи процеси – дейностите, чрез които членовете на виртуалния екип управляват междуличностните отношения. Тук се включват: стратегии за управление на конфликти, изграждане на доверие и други когнитивни, вербални и поведенчески дейности, използвани от членовете на екипа, за да управляват социално-емоционалните динамики;

- възникващи процеси, свързани със задачата – дейностите, чрез които членовете на виртуалния екип структурират, организират и контролират работата в екипа. В това отношение важна роля играят обмяната на информация и знания, използването на формални механизми за координация на екипа и др.;

- възникващи процеси, свързани с информационните технологии – когнитивни, вербални и поведенчески дейности, които се отнасят до използването и приложението на информационните технологии. Тази перспектива включва кому-

никации чрез уеб-базирана платформа и адаптиране на информационните технологии към контекста на виртуалния екип.

3. *Възникващите екипни състояния* са характеристики на виртуалния екип, които обикновено са динамични и варират като функция на контекста на екипа, входа, процеса и изхода. Факторите, които влияят върху тази категория, са изследвани също в трите посочени перспективи:

- междуличностни възникващи състояния – фокусът е върху социално-емоционалните характеристики на екипа. Тук са включени факторите споделена екипна идентичност, доверие, кохезия и конфликт;

- възникващи състояния, свързани със задачата – това са състояния, които представят отношенията, ценностите, знанието и мотивацията на членовете на екипа във връзка с изпълняваните дейности. В тази перспектива попадат споделените ментални модели, транзактивните паметни системи и екипното съзнание;

- възникващи състояния, свързани с информационните технологии – това са състояния, които представят нагласите, отношенията, ценностите, знанието и мотивацията на членовете на екипа за информационните технологии и ролята им при осигуряването на екипните дейности. Тук са от значение ИТ знанията, чувствителността към медията, компютърната самоефективност и технологичната култура.

Дизайнът на екипа осигурява първоначалния контекст, който формира посоката на развитие на възникващите екипни процеси и състояния. По този начин факторите, които въздействат върху дизайна, могат да доведат до директно или индиректно влияние върху ефективността на екипа.

Предложеният интегративен модел от Мортенсен анализира взаимовръзки между възникващите екипни състояния и процеси, които са в динамично взаимодействие. Той идентифицира връзката между резултата и характеристиките на екипа. В модела това е представено графично чрез системата на обратната връзка, изобразена с пунктирна линия. Изводът е, че резултатите влияят върху екипния дизайн както при инициране на нов проект, така и при неговото функциониране във времето.

Основният недостатък на модела е липсата на емпирични данни за валидността на връзките не само между основните категории (възникващи процеси и състояния), но и между отделните перспективи, фактори и елементи в тях.

*

В основата на всяко голямо постижение стои екипната работа. Едва ли има значимо събитие в историята на човечеството, което да е резултат само от усилията на една-единствена личност. Изследваните модели по категоричен начин обосновават тезата, че виртуалните екипи са нова парадигма в теорията и практиката на съвременния мениджмънт. Базиран на иновативни технологии, те са неделима част и основна градивна единица на организациите на бъдеще-

щето. Силата и синергичните ефекти на виртуалните екипи са пряко следствие от техните уникални характеристики:

- Те включват индивиди с допълнителни умения (технически, функционални, междуличностни, когнитивни и социални), развиват уникални културни нагласи и съпричастност към специфични общи цели, подходи и методи, следователно разполагат с повече ресурси, идеи и енергия.
- Максимизират потенциала и минимизират индивидуалните слабости. Лидерството балансира работните и междуличностните процеси, като осигурява фокус върху непосредствените резултати.
- Генерират алтернативни решения, тъй като предлагат повече перспективи за реализирането на дефинираните цели.
- Споделят триумфа от успеха и тежестта от загубата. Солидарно споделяната отговорност насърчава искреното съчувствие и подсилва усещането за съпричастност.
- Такива екипи са индивидуално и взаимно отговорни за постигането на целта.
- Виртуалните екипи мултиплицират ефектите за реализиране на стратегическите фирмени цели и задачи.

В по-конкретен план от изследваните тук теоретични и методологически характеристики на моделите за ефективност на виртуалните екипи могат да се направят следните основни изводи:

Виртуалните екипи са сложни социотехнически системи, върху които в процеса на проектиране и функциониране въздействат различни категории фактори – както външни за екипа (организационна среда и култура, налични ИТ технологии), така и вътрешни като координация, комуникация, съвместна работа, умения за работа с ИТ приложения и др.

Виртуалните екипи са динамични системи, в които степента на влияние на даден фактор се променя с времето. ИТ уменията например са критични, но с течение на времето членовете на екипа ги придобиват и тяхното въздействие върху ефективността на екипа намалява.

Все още обаче в нито един от анализирания модели не е проучено влиянието върху работните процеси на даден член от екипа, ако участва паралелно в други виртуални екипи.

Накрая може да се обобщи, че изследваните модели са концептуални, но не са валидирани с емпирични данни.

Използвана литература:

Хаджиев, Кр. (2005). Управленски процес и екипната дейност в управлението. С.: НБУ.

Хаджиев, Кр. (2010). Самоуправляващи се работни екипи (теория и методология). Свищов: С.А. „Д. А. Ценов“.

Bal, J. & J. Gundry (1999). Virtual teaming in the automotive supply chain. - Team Performance Management, 5(6), p.174-193.

Bergiel, B. J., E. B. Bergiel & P.W. Balsmeier (2008). Nature of virtual teams: a summary of their advantages and disadvantages. - *Management Research News*, 31(2), p. 99-110.

Driskell, J. E. & E. Salas (2006). Groupware, group dynamics, and team performance. - In: *Creating high-tech teams: Practical guidance on work performance and technology*. Washington, DC: American Psychological Association, p. 11-34.

Duarte, D. & N. Snyder (2006). Mastering virtual teams: Strategies, tools, and techniques that succeed (3rd ed.). Jossey-Bass.

Gassmann, O. & M. Zedtwitz (2003). Trends and determinants of managing virtual R&D teams. - *R & D Management*, 33(3), p. 243-262.

Hackman, J. (1987). The design of work teams. – In: *Handbook of organizational behavior*. Enlewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, p. 315-342.

Hackman, J. R. & C. G. Morris (1978). Group tasks, group interaction process, and group performance effectiveness : A review and proposed integration¹ I. The Role of Interaction Process in Task-Oriented Groups : Current Thought and Evidence. – In: *Group Process*, p. 1-55.

Hertel, G., S. Geister & U. Konradt (2005). Managing virtual teams: A review of current empirical research. - *Human Resource Management Review*, 15(1), p. 69-95.

Ilgen, D. R. et al. (2005). Teams in organizations: from input-process-output models to IMOI models. - *Annual review of psychology*, 56, p.517-543.

Johnson, D. W., F. P. Johnson (1994). Joining together: Group theory and group skills (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Leenders, R. T. A., J. M. van Engelen & J. Kratzer (2003). Virtuality, communication, and new product team creativity: a social network perspective. - *Journal of Engineering and Technology Management*, 20(1-2), p. 69-92.

Marks, M., J. Mathieu, & S. Zaccaro (2001). A temporally based framework and taxonomy of team processes. - *Academy of Management Review*, 26(3), p. 356-376.

Martins, L. L., L. L. Gilson, & M.T. Maynard (2004). Virtual Teams: What Do We Know and Where Do We Go From Here? - *Journal of Management*, 30(6), p. 805-835.

Mortensen, M., O. Caya & A. Pinsonneault (2009). Virtual Teams Demystified: An Integrative Framework for Understanding Virtual Teams and a Synthesis of Research, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1282095.

Powell, A., G. Piccoli, & B. Ives (2004). Virtual Teams : A Review of Current Literature and Directions for Future. *Data Base for Advances*. - *Information Systems*, 35(1), p. 6-36.

Saunders, C. (2000). Virtual Teams: Piecing Together the Puzzle. – In: Zmud, R. W. (ed.). *Framing the Domains of IT Management : Projecting the Future. Through the Past*. Cincinnati, OH: Pinnaflex.

12.XI.2016 r.

Assoc. Prof. Kristian Hadjiev, PhD*

MANAGING VIRTUAL TEAMS – THEORY AND METHODOLOGY

This paper studies the types of management teams and identifies the essential characteristics of organizational models applied in management practice: work group – team – self-managed work team and virtual team. The focus is put on virtual teams. The key prerequisites, regularities and processes associated with the design and functioning of highly effective virtual teams are analyzed. The indicators of team effectiveness are specified and the factors influencing immediate results are analyzed. The multilateral relationships in the integrative models most cited in the last 20 years are explored not only at the input, but in the process of interaction, as well as the ways to achieve balance and good teamwork between team members. The aim is to find a common theoretical and methodological basis that brings together the fundamental models of virtual team effectiveness.

JEL: D03; D74; C81

Keywords: information society, knowledge economy, work group, team, SMWT-concept (self-managed working teams), virtual team, indicators and models of team effectiveness

In modern management *virtual teams* are a new paradigm in theory and management practice. Information and communication technologies transform the economy, business and institutions in society. For a long period of the development of management the emphasis has been on establishing a sustainable environment, hierarchy, traditional roles and routine operations. The intensive market penetration in all sectors of the economy, globalization and development of means of information communication necessitate a change in the behavior of the organization associated with the growing demands of consumers, the shorter lifecycle of products, technological developments, political and economic instability. The driving force of these transformational changes are communication and information technologies. The new opportunities for generating and providing information change the lifestyle, way of working and way of thinking. The requirements are increasing at every level, from the individual through the team to the global. The unprecedented number of corporate bankruptcies and corporate mergers in recent years illustrates a negative trend in business today. It is characterized by the inability of a number of organizations in different sectors of the global economy to adapt to dynamic changes in the external environment. This requires a reassessment of a number of management schemes that were considered indisputable until now and generating new starting points and organizational solutions.

Risk and uncertainty dominate in modern global and national economy. In research, processes of evolution of the concepts, changes in attitudes and generally

* NBU, Department of Business Administration, khadjiev@nbu.bg

accepted truths are occurring that lead to qualitative development of accumulated knowledge.

In the business world the focus is increasingly placed on the need for teamwork on consultancy basis as a basic factor to achieve competitive advantage in an environment of high uncertainty. Teams are a natural supplement to individual initiative and realization as they include greater commitment to the common achievements. Despite the general recognition of the need for teams in Bulgarian organizational practice, subconsciously this phenomenon is highly underestimated by the management. This is an insurmountable barrier to realizing the potential of the team.

Types of management teams – nature and differentiation

In theory and management practice the terms 'group' and 'team' are used as synonyms, although they identify different organizational models. In many situations the boundaries are blurred and undefined. Management groups have a broader meaning than teams and are applied to a large number of social and organizational forms (Hackman, 1987). Research into group dynamics (therapeutic groups, T-groups, etc.) have shown that the main task of the group members is the implementation of individual goals. The term 'group' is a generic concept and is distinguished from the work group by two main criteria – differentiated roles and tasks performed by the members.

The team is a small group of people with additional knowledge and skills (technical, functional, interpersonal, social, cognitive) that are directly related in achieving specific common goals and unique results through an approach which holds them mutually responsible (Hadjiev, 2005, p. 154). If you remove the phrases 'specific common goals', 'unique results' and 'mutual responsibility', then this definition can refer to the groups. The main characteristic of team work is *coordination* through which team members self-regulate in the implementation of planned goals. The functional requirements that are identified as key features of the team environment are concurrency (parallel execution of activities) and consistency (team tasks and intermediate results are input for other members of the team).

In work groups the individual roles and responsibilities are the basis of the result. Group activities are related to the sharing of information, formation of basic values and making critical decisions. Their main characteristic is that the group members perform interchangeable functions. In the context of teams, roles and responsibilities are expanded (enriched) and functions and tasks previously distinguished.

Traditionally, teams have a history and future, while management groups are created to fulfil a specific purpose and disintegrate once the task is performed. But this should not be absolutized, since some types of teams (e.g. project) also have a transitory nature and are determined over time. Furthermore, some work groups function relatively constant in business organizations.

Leadership is another key distinguishing feature between teams and management groups. It is an indisputable fact that different situations and organizational models require adequate and specific styles of leadership. Efficiency in the work groups is

directly related to the optimization of the personal contribution and is functionally dependent on the potential of the individual parts. Leadership roles in this process are explicitly expressed. In a team environment higher levels of organizational efficiency are directly related to the synergistic effects – the whole is larger than the sum of its constituent parts. Leadership roles are shared among team members and are a function of the circumstances and the specifics of context. Effective leaders instinctively focus their efforts on the team results rather than on the perfection of performance of activities and individual achievements. This requires additional multifunctional skills that unite the individual competences to achieve common objectives and tasks. All this leads to a strong mutual responsibility.

Studying management teams has reached a qualitatively new level with the establishment of the SMWT-concept (self-managed work teams) (Hadjiev, 2010, p. 62 and subsequent). The SMWT phenomenon is a new management paradigm that creates preconditions for a unique balance between business, technical and social system. The SMWT members have the power to modify the technical characteristics of their work and the daily social behavior, which leads to minimizing costs and maximizing immediate results.

Self-managed work teams (SMWTs) are a group of employees who are in charge of the management and implementation of specific tasks related to the production and marketing of goods or services intended for internal or external consumers. Usually, teams consist of 5 to 15 employees responsible for the management of particular work processes or activities, including for example planning and scheduling, monitoring and raising human capital. They are also responsible for the technical aspects of the activity. Here the highlight is that the members of a SMWT usually alternate periodically in performing *these managerial and technical responsibilities*.

In the literature the term 'work groups' (Johnson & Johnson, 1994) is often used instead of self-managed work teams. It should be noted that SMWTs are not work groups, as defined by Johnson and Johnson, because *the interdependence between the members of the work group is usually low and the work responsibility is concentrated mainly on the individual rather than the group as a whole*. SMWTs are not teams with short-term goals, like virtual teams and teams for the implementation of a specific project. On the other hand, it is logical to expect that many of the factors that are important for the good performance of SMWTs are applicable to the work groups and short-term teams.

SMWTs function in a complex working environment. Members of the group are given the opportunity to use different skills, to perform interrelated tasks, to take important decisions and to receive adequate feedback on achieved results. This combination satisfies individuals who need independence, responsibility and significant tasks.

The SMWT-concept, as a derivative and evolutionary model of team philosophy, is the result of international competition and dynamic changes in the external and internal environment. This motivates businesses to seek adequate ways to implement

this new management concept. The immediate benefits from the involvement of corporate networks in SMWT are higher levels of organizational effectiveness and implementation of the planned activities at the costs of less costs. Consequently, these results are difficult to prove statistically due to the difficulty to isolate self-management individual effects from the action of many other factors at the workplace. For this reason, the effects of SMWT can be determined best by the use of methodologies that are closely related to qualitative research (case studies) rather than qualitative analyses.

Studies have shown that under appropriate conditions SMWTs achieve much better results compared to employees organized in a hierarchical traditional structure. The reason is that they invest not only technical, but also managerial skills. Moreover, decisions taken by SMWTs are much more efficient because their members are directly involved in the entire activity. This creates prerequisites for innovation and creativity.

The basic competitive advantages of SMWTs are expressed in the achievement of high levels of cooperation and degree of substitutability in the implementation of planned activities. They are able to allocate roles and responsibilities based on the needs and competence. Compared to the traditional working environment, in SMWTs the number of supervisors is reduced, as the members have larger managerial responsibilities.

On the other hand, the ability of SMWTs to achieve better performance at lower costs depends on many factors such as work and interpersonal processes, the immediate environment, management support and qualification, the structure of the team and the characteristics of the members. If these are not planned and implemented in their close relationship, SMWT cannot reveal their potential.

The conclusion to be made is that the uniqueness of SMWTs compared to the studied organizational models (group and team) consists in the fact that SMWT members have the power to make decisions and manage their internal processes associated with the generation of a specific product, service or decision, while performing managerial and technical responsibilities.

Recently, the dynamic development of information and communication technologies (ICT) has strongly promoted the globalization of companies. As a consequence, many organizations transform their business by initiating changes. New methods of working are entering on a large scale and it is experimented constantly. The former exotic requirement for employees to work in a virtual team now dominates everyday activities. The advantages of virtual work permit for certain activities to multiply productivity at minimum costs. Virtual communications have become standard for many organizations (Bergiel et al., 2008). The barriers that are put by time and distance can be overcome with the development of technologies. Access to experts from around the world is expanding. Management of virtual teams and involvement of the management in the organization of their activities has become a major problem and task.

Virtual teams evolve naturally from traditional. The main barriers to working in a virtual team are caused by differences in cultures, lack of understanding of the role and

importance of communication and information technologies for their effective functioning. The challenges are associated with difficulties to managing the team from a distance and building trust and adequate interpersonal relationships.

The functioning of organizations in an environment of high uncertainty, the rapid development of ICT and globalization in business are prerequisites for the development of virtual management teams.

Theoretical framework of the functioning of virtual teams

Working from a distance and at different times is not new in organizational theory and practice. It emerged over past two decades. The development of virtual teams is also a direct result of the SMWT-concept. In the 80s and 90s of the 20th century a number of companies in the US (Motorola, General Electric, etc.) introduced self-regulated teams. In these new structures the traditional core functions of the management (planning, organization, management and control) are transferred to the team. The main purpose is to reduce bureaucracy and increase efficiency.

The evolutionary development of this organizational technology in the conditions of information society and knowledge economy is the work from a distance (telework) and the formation of virtual teams. Martins, in his literary review on the subject, concludes that 'with few exceptions teams in all organizations are virtual to some extent' (Martins, et al., 2004).

Hertel et.al. (2005) analyze and distinguish the different forms of organization when working from a distance – virtual groups, virtual teams and virtual communities. The different forms of 'virtuality' are defined according to the number of participants and the degree of interaction between them. Work from a distance is carried out partially or fully outside the organizational boundaries through information and telecommunications means. For '*virtual groups*' it is typical that individuals work remotely, as each of them reports to a particular manager. In contrast, members of *virtual teams* interact with each other in the process of accomplishment of common goals.

Virtual communities are larger units in which members participate via the web. They have common goals, roles and norms. One of the main differences from the virtual groups and teams is that these communities are not included in the organizational structure and in most cases are formed as an initiative of some members. An example thereof are open source projects.

In theory there is no single definition of the term 'virtual team'. Some authors (Gassmann & von Zedtwitz, 2003; Leenders et.al., 2003) focus on physical distribution and degree of virtuality. But in fact members of virtual teams can work together at the same place, but be present at different times. What unites them actually is the application of information and communication technologies in working and interpersonal processes.

In the context of this analysis and based on theoretical monitoring we can define virtual teams as small temporary groups of people with additional knowledge and skills,

who work (communicate, interact and form relationships) outside the spatial, temporal and organizational boundaries through networks of communication technologies to achieve specific common goals and objectives. If you remove the phases 'network of communication technologies' and 'spatial, temporal and organizational boundaries', this definition can also apply to teams (Hadjiev, 2005, p. 154).

Depending on the nature of the performed activities and specific challenges, Duarte and Snyder distinguish the following types of virtual teams (Duarte & Snyder, 2006):

- Network teams. They consist of people who interact to achieve a common goal. These teams work together, but at different time, from a distance and outside the organizational boundaries. It is possible that in some situations the team members are not aware of all participants in the network.

- Parallel teams. They perform specific tasks or functions that traditional organization does not want or is not technically able to perform. The difference with network teams is in the separate membership. They are set up to implement short-term projects related to the optimization of processes or the solution of specific business problems.

- Project teams. They are created to achieve a specific result and disintegrate upon completion of the project activities. Unlike *parallel teams*, project teams exist and operate for a longer period of time. The common feature of the project and network teams is that the participants may join or leave the team when their expertise is needed. The key difference is that the members of project teams *belong permanently* to other teams in the organization, but are integrated within the project team for a particular time, thus becoming part of two structures. Project teams are a current business model when developing new products and services, building internal systems in the organization, introducing changes or achieving results with defined parameters and time period for implementation.

- Work teams. They perform a regular and continuous activity. They exist within one function of the organization, such as for example finance, marketing, training, etc. They have distinct boundaries and expressed membership, which distinguishes them from other structures in the organization. Many work teams function virtually, separated in time and space.

- Management teams. They perform regular and continuous *management* functions. They exist outside the national, but within the organizational boundaries. They are a typical business model for transnational and international corporations. The team members are part of one organizational structure, but in order to optimize processes they are geographically separated.

- Action teams. They are used in critical situations. They function virtually, separated in time and space.

Unlike traditional management models, virtual teams have a number of indisputable advantages. The main positive aspects can be reduced to the following several aspects:

- Unprecedented level of flexibility. Attracting human capital in the organization is carried out without initiating changes in the administrative structure, workspace and other complications typical of traditional teams;

- Reducing time and cost through information and communication technologies;

- Ensuring equal opportunities in the workplace by reducing age and racial discrimination. Virtual teams are evaluated primarily on the basis of results and the physical appearance of the members remains anonymous. In addition, they ensure even participation in heterogeneous groups. Non-verbal signs and status differences are eliminated through technologies;

- High levels of productivity associated with shortening the time for release on the market - for example through the parallel work of several teams on the product design. Virtual teams apply the principle of 'follow-the-sun' – i.e. members are activated at different points of the globe, depending on the moving line of the day, in order to ensure 24/7 availability of the service or process;

- Transfer of knowledge and access to talents regardless of the organizational and national boundaries – international virtual teams are a source of direct access to information, practices and ideas;

- Low cost of training.

The business is looking for opportunities to take advantage of these benefits, but the remote method is a new management philosophy that poses challenges to the management of virtual teams. Generally, the main disadvantages are:

- Use of sophisticated technology applications, the learning of which increases the costs and time for training;

- Lack of physical interactions, leading to contamination of the communication and not understanding the messages communicated through indirect media (Skype, e-mail, etc.). Regardless of the dynamic development of remote means of transmitting information, the thought patterns are set up to direct level of communication. Working together (face to face) is more effective in creating a concept for solving problems;

- Lack of trust due to interruptions in communication and the reduced influence of the manager. Prerequisites are created for conflicts and struggle for power;

- Challenges in determining the appropriate technology. The reason is that the activities for the implementation of a specific project can be coordinated both asynchronously and synchronously. In each of these two categories, there are a number of IT solutions for teamwork;

- Challenges in managing conflicts. The lack of social contact creates an environment, in which virtual team members inadequately interpret the facts and make wrong assumptions. Interpersonal relationships are distorted and prerequisites are created for conflicts that negatively affect the productivity of the virtual team;

- Cultural and functional diversity in the virtual team causes differences in the process of thinking of its members. As a result, building trust is a challenge for the team management;

- The need for specialized training and technical expertise is an essential prerequisite for the effective functioning of the virtual team.

Despite the above disadvantages, virtual teams are becoming standard in business organizations. The effects of cost minimization, unprecedented levels of flexibility and overcoming time and geographic barriers significantly exceed the problems related to the inclusion of IT solutions and the lack of physical interaction. The conclusion to be made is that, when designing virtual teams, the advantages of the design and management of work from a distance should be maximized and the disadvantages associated with technology applications, coordination mechanisms, conflict resolution, leadership and motivation should be neutralized.

Model of virtual team effectiveness

Much of the models of virtual team effectiveness presented in the literature are modifications of the classical model of Hackman for teamwork: input - process - output (Hackman & Morris, 1978). These models identify and analyze factors that are unique for virtual teams, which directly affect the effectiveness.

In theory and social practice there is no generally accepted model of virtual team effectiveness. This article makes a critical analysis of the models of virtual team effectiveness most cited in the last 20 years, while exploring their advantages and disadvantages.

Model of Bal & Gundry

Bal & Gundry present a model of the main factors that influence effective teamwork (Bal & Gundry, 1999). These factors in the model are composed into three main groups: people, processes and technologies (see Figure 1).

The *category of people* includes factors related to the interaction among individuals:

- Virtual team objectives that unite and motivate team members. They must be specifically defined due to the nature of work of virtual teams, which function outside the boundaries of the traditional organization with less bureaucratic rules in the management process;
- Training – the focus is on the need for social contacts in order to build trust;
- Structure of remuneration – typical of virtual teams is the syndrome 'out of sight', which is associated with the problem that the work of the team members will not be adequately assessed, as well as with the loss of some privileges;
- Team selection – based on knowledge, skills, competence and expertise. Selection of the virtual team members is particularly difficult because of the geographic and organizational separation. The relative autonomy requires high levels of interaction among the virtual team members, but local support and social contact are often absent, although these links are legitimized.

The *category of technology* includes the following factors:

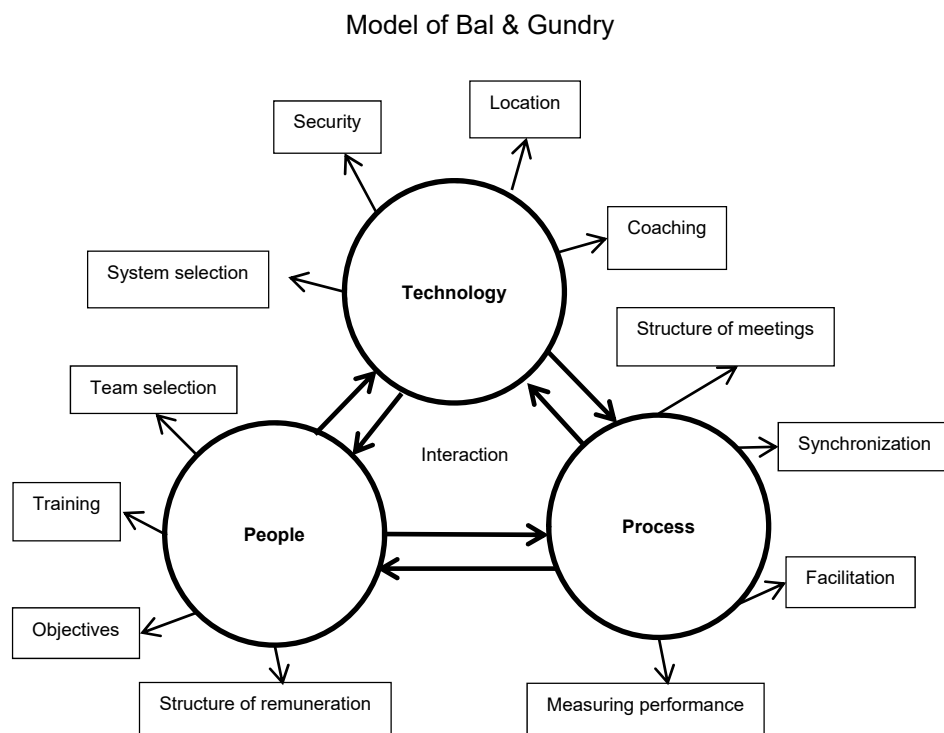
- System selection – the main factors are three: task specificity, organizational abilities and individual skills;

- Security – unauthorized access to the internal networks of companies;
- Location – matters due to the physical distribution of the team members and access to technology;
- Training – the lack of training to work with a tool is a barrier to communication.

The *category of process* includes the following factors:

- Synchronization – the need for additional synchronization of processes in the company because they are designed for direct contacts;
- Structure of meetings – due to restrictions imposed by the environment, the structure and content of meetings of virtual teams need to be changed in comparison to those of traditional teams;
- Measuring performance – due to difficulties in assessing performance, the authors of the model suggest to bind performance to remuneration;
- Facilitation of team – the focus is put on the need for internal facilitator of the virtual team.

Figure 1



Source. Bal & Gundry, 1999.

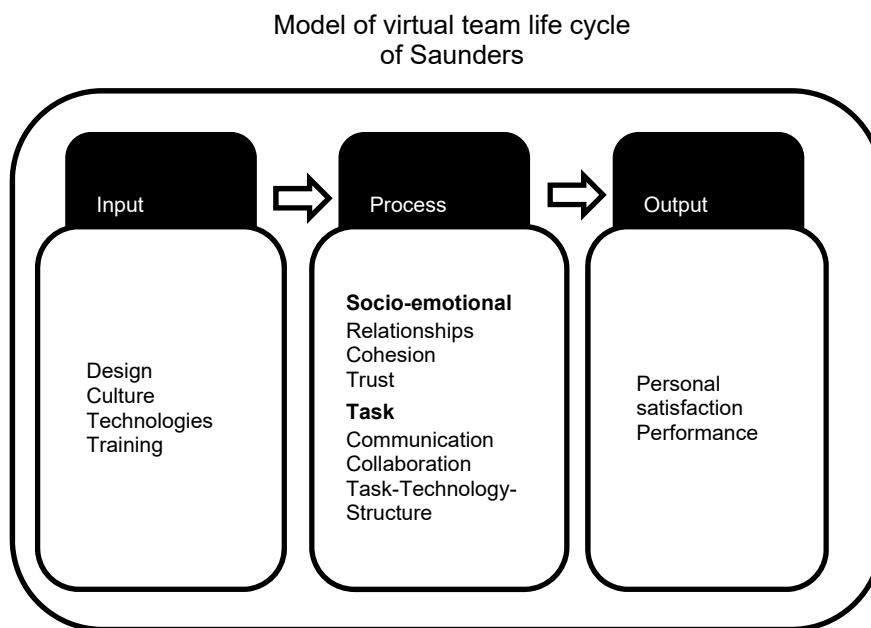
The model of Bal & Gundry identifies 12 critical factors that influence virtual team effectiveness. The relationship between factors and effectiveness is not linear. The authors categorize the factors into three main groups and indicate the influence of the groups to one another in the model.

The presented model has a number of disadvantages. It is mainly based on the personal observations of the authors, which is not an empirical evidence of its validity. Another major disadvantage is that the model is static. The issue of how the influence of factors changes over time has not been explored.

Model of virtual team life cycle

Powell et.al. have made a meta-analysis of 43 publications for actually functioning virtual teams in business (Powell, Piccoli & Ives, 2004). The variables derived have been organized into four categories: input, socio-emotional processes, task processes and output. So grouped, the results are presented according to the model of virtual team life cycle of Saunders (Saunders, 2000) (Figure 2).

Figure 2



Source. Saunders, 2000.

The model consists of three main stages:

1. *Input* – at this stage of the model the following sub-elements are defined: design, which includes a shared understanding of the team task, identifying the strengths and weaknesses of the team members; culture that relates to personal

impacts on the environment; technological competence (knowledge and skills) for the technology used by the team; training as a tool for establishing the appropriate relationships among the team members in a virtual environment;

2. *Process* – this stage has two sub-elements: socio-emotional and task-oriented. The socio-emotional sub-element relates to relationships, trust and cohesion in the team. The task-oriented sub-element involves communication, collaboration activities and synchronization of: task-technology-structure.

3. *Output* – the last stage of the model is characterized by two elements: personal satisfaction and team performance.

Powell's contribution to the model of Saunders is that he explores teams over time. The method is linear and reviews the development of teams at three main stages, identifying the factors derived from previous empirical studies for each stage. The new is that the team effectiveness is reviewed from two perspectives – achieved results and personal satisfaction of team members.

However, the disadvantage of the model is that it presents relationships among factors in an unidirectional way. Correlations among factors are not identified within the groups. The authors limit the impact on team effectiveness only to the factors, which are inherent to the team, but not to the larger system – organization, society, etc. The team input has an indirect impact on the output through its impact on the processes.

Contextual model of group development

The main thesis of Driskell & Salas (2006) is that software systems, united under the name 'groupware', fail to meet the needs and challenges of virtual teams. They define groupware (from the English: groupware) as an application software designed to help people involved in a common task to achieve their goals. In most cases groupware integrates a wide range of software applications: e-mail, software sharing, platform for electronic meetings, video conferences, etc.

The model of Driskell & Salas is based on the classical 'input-process-output' model of Hackman (see Figure 3).

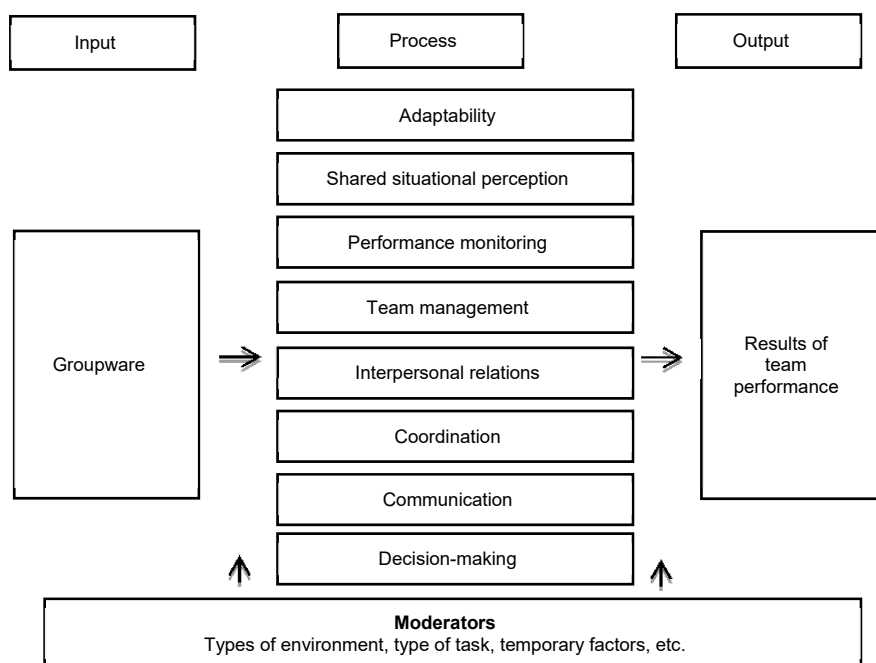
Driskell & Salas have introduced eight specific functions of the team that influence the results of teamwork:

- Adaptability – mutual adjustment, compensating behavior, reallocation of resources to achieve the team goals;
- Shared situational perception – adequate information provision to the team members in terms of contextual task (project);
- Performance monitoring and feedback - team members should monitor individual contributions, group progress, identify errors and provide feedback;
- Team management – coordinating group efforts to achieve the objectives;
- Interpersonal relations – conflict resolution, promoting openness and trust in the process of collaboration, establishing moral and ethical standards;

- Coordination – the matrix for allocating roles and responsibilities is the tool in a team environment (responsible chart);
- Communication – effective and timely exchange of information;
- Decision-making – identifying and assessing problems, generating and implementing decisions and assessing consequences.

Figure 3

Contextual model of groupware development
of Driskell & Salas



Source. Driskell & Salas, 2006.

The second distinctive aspect of the model is the introduction of critical contextual factors or the so-called *moderators*. The authors offer the following several categories of moderators:

- Type of environment – the relationship that communication of contextual information in the team deteriorates when switching to telework is identified in a categorical manner;
- Type of task – here the following variables are included: cognitive versus physical requirements; mechanical (technical, intellectual); analytical, with rich

imagination (creative, socially manipulative); logical, precise objectives; creation, selection, negotiation or implementation; task uncertainty; independence;

- Teamwork development phase – newly formed groups are able to effectively perform tasks that require mostly individual efforts. There are five main stages, through which the group passes in order to develop productive relationships: orientation, conflict, cohesion, performance and satisfaction;

- Group size – directly influences the team effectiveness and performance through the competence diversity of the participants, the requirements and mechanisms of coordination, tools to achieve consensus, opportunities for participation, individual performance and satisfaction;

- Status structure – this factor influences the team members in the requirements for interaction, resource management and decision-making. The existence of status structure can help or hinder the group performance depending on the type of task;

- High level of stress – the dynamics of the environment and high demands on the team members can increase interpersonal aggression and lead to neglect of social tasks.

Although the focus of the model is on the context of groupware, it presents a different perspective for factors that influence the effectiveness of the virtual team.

The authors explore the classical model of team life cycle from a different perspective, based on the main stages arranged in a linear sequence. They add the so-called 'moderators', in which they list the factors of the external environment that influence team effectiveness. The focus is on eight specific processes.

The model of Driskell & Salas is linear. The main disadvantage is the lack of links between the analyzed processes and moderators. The authors do not provide information on the results of empirical research, which casts doubt on the validity of the model. The impact of the processes on virtual team effectiveness is not considered.

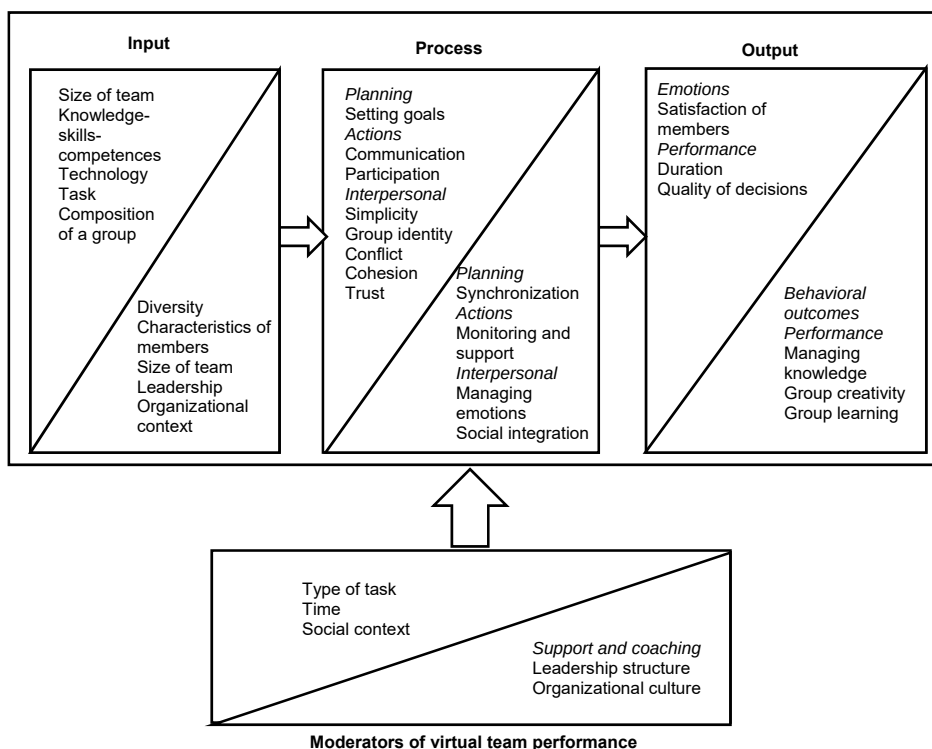
Input-process-output model of virtual team functioning

Martins et.al. (2004) examine the functioning of virtual teams based on the classical model of Hackman. The authors have introduced a special group of variables, which they call 'performance moderators'. By these unforeseen factors, they try to explain the fluctuating performance of virtual teams. The model is presented schematically on Figure 4.

Each category presents the variables that influence virtual team effectiveness. The studied factors, as classified in the literature, are located in the upper left corner, while those that should be further analyzed empirically are located in the lower right corner.

Figure 4

Input-process-output model of virtual team functioning



Source: Martins et.al., 2004.

The basic conditions of the group such as material and human resources are presented *at the input of the model*. In this group the following variables are identified:

- Team size – a traditionally critical variable in managing teams. In general, technologies minimize the negative effects of the virtual team size in comparison with the traditional ones. This variable is directly related to the nature of work of the team and the technology used;
- Knowledge, skills and abilities – in this factor the focus is primarily on the technical skills of the team members. They are existential, because technical and functional expertise influence positively the immediate results, the ability of the team to cope with any uncertainty of technical nature and building trust;
- Technology – an important variable that influences positively the group effectiveness, efficiency, scope of communication, interpersonal relationships and

commitment of the team members. On the other hand, the lack of non-verbal and visual signs is a reason to extend the time in decision-making and a natural barrier to use and realize the potential of the participants on key issues and problems;

- Task – a critical factor that influences success and speed of making decisions and establishing commitment to common objectives by virtual teams;

- Group composition – the effect of status has a controversial nature in virtual teams. According to some authors, its impact in a virtual environment decreases, but according to others, it increases, copying the hierarchical structure of the organization.

The *process criteria* identify factors that are the basis of results. Martins et.al. distinguish three sub-groups of processes:

- Processes of planning – these include an analysis of the mission, formulating the objectives, strategy and processes associated with focusing the efforts of the group;

- Processes of action – these are the dynamics that occur during the performance of the group tasks such as communication, participation, coordination and monitoring of the progress of the group;

- Interpersonal processes – associated with the relationships between the team members – conflict, trust, cohesion, emotions, social integration, etc.

In the *category of results* Martins identifies two main sub-groups in the model – emotional and performance results. The two groups cannot be considered independent, since they are interrelated:

- Emotional results – the satisfaction of the virtual team members is determined by the nature of work and team composition;

- Performance results – as a rule, the time required to perform a task by virtual teams is longer than that required for traditional teams. The reasons are mainly associated with the asynchronous nature of communication. With respect to the originality and quality of the decisions the results of studies are contradictory when comparing virtual teams with traditional teams.

In order to explain the fluctuating performance results of virtual teams the authors identify as reasons the following unforeseen factors, which they systematize as moderators of performance:

- *Type of task* – this factor moderates the effect of virtuality on the results of the team. Some tasks (e.g. brainstorming) are more effective in virtual teams than in traditional teams, while with others a deterioration of the results is observed (e.g. negotiations);

- *Time* – teams develop over time and difficulties from the lack of physical contact and derivative problems decrease, while increasing the satisfaction of the team members;

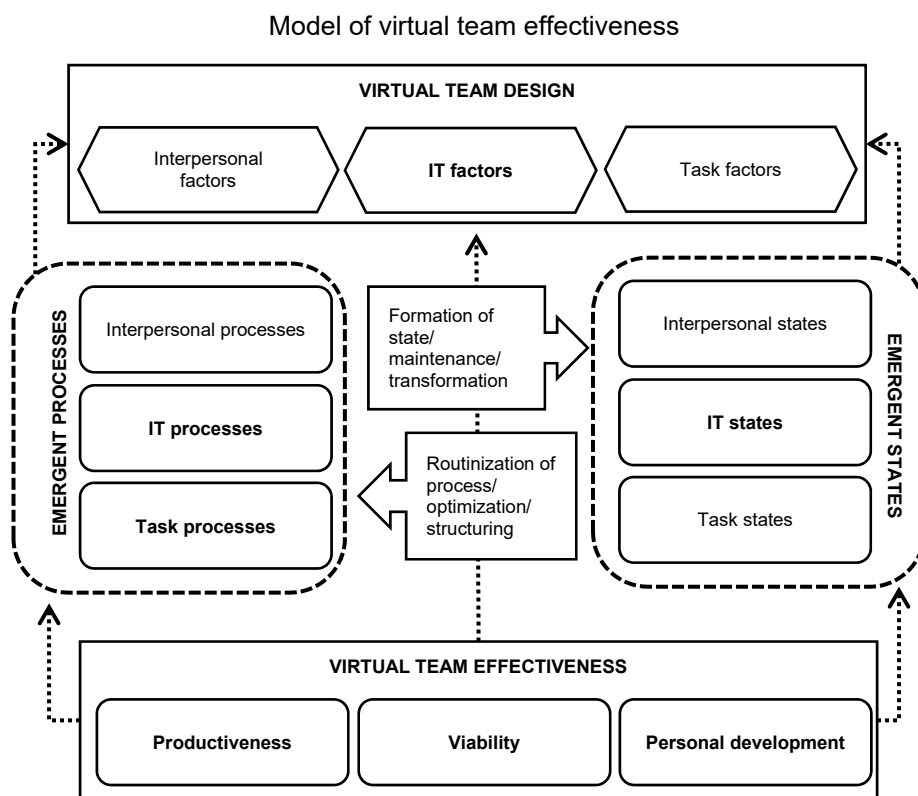
- *Social context* – this factor moderates the effects of the virtual relationships on the results of the team.

The studied model is built on the classical model of Hackman and therefore has most of its advantages and disadvantages. This addition by the authors makes the model similar to that of Driskell & Salas (moderators of performance). The main advantages of the model are in the identification of specific factors and their impact on the results of the team.

Model of virtual team effectiveness

Mortensen et.al. (2009) have created a model to present the complex relationships that occur in virtual teams between people, tasks and technologies. The model is based on the research of Hackman, who emphasizes the importance of examining group performance effectiveness from different perspectives, but on the other hand the model rests on the models of Marks (Marks et al., 2001) and Ilgen (Ilgen et al., 2005), which identify the main categories in every aspect with specific prerequisites (Figure 5).

Figure 5



Source. Mortensen et al., 2009.

In the model of Mortensen virtual team effectiveness is analyzed from three different perspectives:

- *Productivity* – the ability to achieve standards of quality, quantity, time, etc.;
- *Viability* – the ability of the team to maintain the integrity of the group. Specific measures are satisfaction and desire to work together;
- *Personal development of the team members* – the extent to which the knowledge and skills of the team meet the personal needs of the participants.

Three main categories with prerequisites are distinguished: *design* factors, emergent *team processes* and emergent *team states*. Each of these categories is examined from three perspectives – interpersonal factors, task and information technologies.

The design of the virtual team provides the structural context in which individuals function and develop. Mortensen groups factors into the following three perspectives:

- Interpersonal factors – these include the individual characteristics of the team members and the ways of interaction within the group. Key indicators are: expertise (knowledge, skills, competence), size of the team, geographic and temporal dispersion, cultural and functional diversity, team virtuality index, etc.;
- Task – nature and characteristics of the task which the virtual team must implement. Factors in this perspective are the degree of interdependence, complexity, uniqueness, management structure (formal and informal) and the nature of task (e.g. software development, development of new products, research, etc.);
- Information technologies – these include technological factors that relate to the media itself (i.e. conference systems - computer, audio or video) and the relevant characteristics of a given platform – immediacy or asynchrony of feedback.

Emergent team processes identify the ways and mechanisms of interaction. The processes are not static. They change over time or new processes are formed. The factors are grouped into three main perspectives:

- Emergent interpersonal processes – the activities through which the virtual team members manage interpersonal relationships. This perspective includes: strategies for conflict management, building trust and other cognitive, verbal and behavioral activities used by the team members to manage socio-emotional dynamics;
- Emergent processes related to the task – the activities through which the virtual team members structure, organize and control the work within the team. This perspective includes: exchange of information and knowledge related to the task, using formal mechanisms for coordination of the team, etc.;
- Emergent processes related to information technology – cognitive, verbal and behavioral activities related to the use and application of information technologies. This perspective includes communication via web-based platform and adapting information technologies to the context of the virtual team.

Emergent team states are characteristics of the virtual team, which are usually dynamic and vary as a function of the context of the team, input, process and output. The factors that influence this category have been studied in three main perspectives:

- Emergent interpersonal states – the focus is on the socio-emotional characteristics of the team. This perspective includes: shared team identity, trust, cohesion and conflict;

- Emergent states related to the task – these are states that present relationships, values, knowledge and motivation of the team members related to the activities performed. This perspective includes: shared mental models, transactive memory systems and team awareness;

- Emergent processes related to information technology – these are states that present attitudes, relationships, values, knowledge and motivation of the team members for information technologies and their role in providing team activities. This perspective includes: IT-knowledge, sensitivity to media, computer self-efficiency and technological culture.

The design of the team provides the initial context that forms the direction of development of the emergent team processes and states. Thus, the factors that influence the design of the team may lead to direct or indirect impact on the effectiveness of the team.

The integrative model proposed by Mortensen analyzes the relationships between emergent team states and processes, which are in dynamic interaction. It identifies the relationship between the result and the characteristics of the team. In the model this is presented graphically through a system of feedback depicted with a dotted line. The conclusion to be made is that the results influence the design of the team both in initiating a new project and in its functioning over time.

The main disadvantage of the model is the lack of empirical evidence of the validity of relations both among main categories (emergent processes and states) and among individual perspectives, factors and element within them.

*

Teamwork is the basis of every great achievement. There is hardly a significant event in the history of mankind, which is a result of the efforts of a single person. The models addressed in this article categorically justify the thesis that virtual teams are a new paradigm in the theory and practice of modern management. Based on the innovative technologies, they are an integral part and a basic building block of the organizations of the future. The strength and synergistic effects of virtual teams are a direct consequence of the following unique features:

- Virtual teams involve individuals with additional skills (technical, functional, interpersonal, cognitive and social), develop unique cultural attitudes and commitment to specific common goals, approaches and methods; therefore, they have more resources, ideas and energy;

- Virtual teams maximize the potential and minimize the individual weaknesses. Leadership balances the work and interpersonal processes, providing focus on immediate results;

- Virtual teams generate alternative solutions, as they offer more prospects for the implementation of defined goals;

- Virtual teams share the triumph of success and severity of loss. Their shared responsibility promotes sincere sympathy and strengthens the feeling of empathy;

- Virtual teams are individually and jointly responsible for achieving the goal;

- Virtual teams multiply effects for the implementation of strategic corporate goals and objectives.

In particular, based on the theoretical and methodological characteristics analyzed in this article the following main conclusions can be drawn:

Virtual teams are complex socio-technical systems, which in the process of design and operation are influenced by different categories of factors – both external to the team (organizational environment and culture, available IT technologies) and internal such as coordination, communication, collaboration, ability to work with IT applications, etc.;

Virtual teams are dynamic systems, in which the degree of influence of a factor changes over time. For example, IT skills are critical, but over time the team members acquire them and their impact on the team effectiveness decreases;

Still, none of the analyzed models explores the impact of the working processes of a team member, if he or she is involved in other virtual teams in parallel;

The analyzed models are conceptual, but are not validated by empirical evidence.

References:

Bal, J. & J. Gundry (1999). Virtual teaming in the automotive supply chain. - *Team Performance Management*, 5(6), p.174-193.

Bergiel, B. J., E. B. Bergiel & P.W. Balsmeier (2008). Nature of virtual teams: a summary of their advantages and disadvantages. - *Management Research News*, 31(2), p. 99-110.

Driskell, J. E. & E. Salas (2006). Groupware, group dynamics, and team performance. – In: *Creating high-tech teams: Practical guidance on work performance and technology*. Washington, DC: American Psychological Association, p. 11-34.

Duarte, D. & N. Snyder (2006). *Mastering virtual teams: Strategies, tools, and techniques that succeed* (3rd ed.). Jossey-Bass.

Gassmann, O. & M. Zedtwitz (2003). Trends and determinants of managing virtual R&D teams. - *R & D Management*, 33(3), p. 243-262.

Hackman, J. (1987). The design of work teams. – In: *Handbook of organizational behavior*. Enlewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, p. 315-342.

Hackman, J. R. & C. G. Morris (1978). Group tasks, group interaction process, and group performance effectiveness : A review and proposed integration1 I. The Role of Interaction Process in Task-Oriented Groups: Current Thought and Evidence. – In: *Group Process*, p. 1-55.

Hadjiev, K. (2005). *Management process and team work in management*. Sofia: NBU (*in Bulgarian*).

Hadjiev, K. (2010). Self-managed work teams. Svishtov: D. A. Tsenov Academy of Economics (in Bulgarian).

Hertel, G., S. Geister & U. Konradt (2005). Managing virtual teams: A review of current empirical research. - Human Resource Management Review, 15(1), p. 69-95.

Ilgen, D. R. et al. (2005). Teams in organizations: from input-process-output models to IMOI models. - Annual review of psychology, 56, p. 517-543.

Johnson, D. W., F. P. Johnson (1994). Joining together: Group theory and group skills (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Leenders, R. T. A., J. M. van Engelen & J. Kratzer (2003). Virtuality, communication, and new product team creativity: a social network perspective. - Journal of Engineering and Technology Management, 20(1-2), p. 69-92.

Marks, M., J. Mathieu, & S. Zaccaro (2001). A temporally based framework and taxonomy of team processes. - Academy of Management Review, 26(3), p. 356-376.

Martins, L. L., L. L. Gilson & M. T. Maynard (2004). Virtual Teams: What Do We Know and Where Do We Go From Here? - Journal of Management, 30(6), p. 805-835.

Mortensen, M., O. Caya & A. Pinsonneault (2009). Virtual Teams Demystified: An Integrative Framework for Understanding Virtual Teams and a Synthesis of Research, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1282095.

Powell, A., G. Piccoli & B. Ives (2004). Virtual Teams : A Review of Current Literature and Directions for Future. Data Base for Advances. - Information Systems, 35(1), p. 6-36.

Saunders, C. (2000). Virtual Teams: Piecing Together the Puzzle. – In: Zmud, R. W. (ed.). Framing the Domains of IT Management : Projecting the Future. Through the Past. Cincinnati, OH: Pinnaflex.

12.XI.2016

Гл. ас. д-р Мирослав Неделчев*

РАЗНООБРАЗИЕ НА БАНКОВИТЕ БОРДОВЕ

Изследвано е разнообразието на банковите бордове като качествено нов инструмент за намаляване на ефектите от световната криза и начало на дългосрочно устойчиво развитие в международен аспект. Очакванията от разнообразяването на бордовете са свързани предимно с подобряване на качеството на взетите решения, методите за управление на риска и възнаграждението на изпълнителните директори. Препоръките на ЕС за постигане на разнообразие в бордовете, намерили място в провежданите в тази област национални политики и корпоративни практики, са анализирани на примера на българските банки. Резултатите от изследването показват, че е налице разнообразие на банковите бордове по признаците „професия“ и „националност“, докато по „пол“ постиженията се дължат предимно на въведените нормативни изисквания. Средните стойности за българските банки надвишават тези на ЕС, което е свързано със спецификата на банковата ни система. Паралелно с разнообразието на бордовете се поставя въпросът за икономическите и социалните ефекти от това.¹

JEL: G21; G34

Ключови думи: корпоративно управление, разнообразие на корпоративния борд, търговски банки

Корпоративното управление е с най-бързо променяща се външна среда, което определя и новата му функция в съвременните условия – да допринася за постигане на по-висока конкурентоспособност и устойчив икономически растеж (European Commission, 2011a). Това налага класическите механизми на корпоративно управление, един от най-важните сред които е корпоративният борд (вж. Ferreira and Kirchmaier, 2013), да се разглеждат по нетрадиционен начин.

В добрите практики по корпоративно управление реформите са насочени към качествените характеристики на борда и включват разнообразяване на неговия състав в три направления: по професия, националност и пол. Целта

* ИИИ при БАН, секция „Международна икономика“, miroslavknedelchev@gmail.com

¹ Chief Assistant Prof. Miroslav Nedelchev, PhD. DIVERSITY ON BANKS' BOARDS. *Summary:* The paper examines the diversity on banks' boards as an innovative tool to reduce the effects of the global crisis and a beginning of a long-term sustainable development worldwide. The expectations with regard to diversified boards are mainly associated with improving the quality of decisions, risk management methods and remuneration of executive directors. The EU recommendations for achieving of diversity on boards, incorporated in national policies and corporate practices, were analyzed for Bulgarian banks. The survey results show that there is diversity on banks' boards by profession and nationality, while by gender the diversity is primarily due to the introduced regulations. The average values of the Bulgarian banks exceed those in the EU due to the specifics of our banking system. In parallel to the diversity of boards is raising the issue of economic and social effects of this diversification. *Keywords:* corporate governance, diversity on corporate boards, commercial banks

е да се осигурят по-ефективни процеси за вземане на решения въз основа на конструктивна вътрешна дискусия. Предвид наднационалния характер на дейност на банковите групи, характерните черти на бордовете са най-добрата възможност за изследване на реформите и предизвикателствата при тяхното прилагане.

Преглед на литературата

Съдържание и обхват на понятието „корпоративен борд“

Съгласно политиката на Европейската комисия за разнообразие корпоративният борд се определя като орган, състоящ се от „членове без изпълнителни правомощия“ (вж. European Commission, 2011a). При *двустепенна система* на корпоративно управление без такива правомощия са членовете на надзорния съвет, които упражняват надзорни функции над управителния съвет и мениджърите. В дефинициите на Европейската комисия липсва конкретно пояснение за обхвата на борда при *едностепенна система* на управление, но логиката на добрите корпоративни практики показва, че в него би трябвало да се включат неизпълнителните членове на съвета на директорите.

Многообразието в нормативната уредба, регламентираща структурата и състава на корпоративните бордове в съответствие с правните системи на различните държави, води и до възникването на някои частни случаи (например заместване на традиционните бордове и включване на комитети с надзорни функции), което налага разширяване на съдържанието и обхвата на понятието „борд“ в следните направления:

- Вземане на решение. Фидуциарните отговорности² на съвета на директорите към заинтересуваните лица допълват понятието със съвет на настоятелите, както и с комитетите по одита и по възнагражденията (Björklund, 2010).
- Установяване на размера на борда. Той се определя от броя на членовете за една година. При двустепенна система на управление в обхвата на разнообразието се включват както надзорният, така и управителният съвет (Ferreira and Kirchmaier, 2013).
- Подобряване на баланса между половете. Данните от сравнителното представяне на отделните държави в ЕС във връзка с този проблем добавят към съдържанието на термина „корпоративен борд“ при двустепенна система членовете на надзорния и на управителния съвет и изпълнителните и неизпълнителните членове на съвета на директорите, както и тези на най-висшия орган на изпълнителната власт (например изпълнителен комитет) (вж. European Commission, 2013b).

² Фидуциарните задължения (задължение за управление, за дължима грижа и за лоялност) водят до фидуциарни отговорности: подходящо внимание към дейността, лоялност към интересите на корпорацията, разумно бизнес-управление.

- Осигуряване на стабилност на финансовите пазари. При сравнителен анализ за практиките на борда в понятието се включва надзорният съвет (International Finance Corporation, 2012), а при дъщерните банки зад граница - комитетът по одита, който гарантира независимостта на борда.

*Съдържание и обхват на понятието „разнообразие
на корпоративен борд“*

Значимостта на темата определя наличието на голям брой методологии, но също и на известни затруднения при систематизирането на съдържанието и обхвата на понятието „разнообразие на корпоративен борд“. Влияние в това отношение оказват няколко фактора:

- Взаимоотношения между членовете на борда. За разлика от академичните изследвания, съсредоточени върху „твърдите“ компоненти³ на разнообразието, практикуващите експерти отдават голямо значение на т. нар. „меки“ компоненти - качество на бизнес-срещите, обмен на информация и критичност на дебатите (Berghe and Levrau, 2004). Те изтъкват, че отношенията между членовете на борда, поставени на такава основа, могат да повлияят сериозно върху ефективното му функциониране (Roberts et al., 2005).

- Участие на различни социални групи (жени, расови и етнически малцинства, хора с увреждания) при вземането на решение (трябва да се подчертае, че последните две групи са все още слабо представени). В това отношение разнообразяването на борда се извършва по няколко социално-демографски признака: пол, раса, етническа и социална принадлежност, сексуална ориентация, здравен статус и т.н. Авторите на концепцията (Konrad et al., 2006) насочват вниманието и към други измерения на разнообразието, но те не са обект на академични изследвания (например тегло, цвят на косата и стил на обличане).

- Взаимодействие на отделни демографски групи на работното място (имат се предвид групи, които са системно в неравностойно положение, и такива, които са по-слабо представени на работното място). В резултат от анализа на три величини (вж. Sealy et al., 2009) - пол, етническа принадлежност и здравен статус (хора с увреждания), се установява, че основните пречки за разнообразяването на борда по този показател имат субективен характер и голяма част от тях произтичат от убеждението, че представителите на споменатите групи притежават по-слаб човешки капитал (квалификация и опит).

- Ефективност на борда при вземане на решение, която зависи от три негови характеристики - размер, състав и структура на лидерство. За нейното повишаване е необходимо да се постигне по-голямо разнообразие по пол,

³ Това са компоненти, които се изискват по закон и за които на периодична основа се разкрива нормативно изискуема информация (например брой неизпълнителни директори в състава на борда, разделение между функциите на председателя на борда и главния изпълнителен директор, провеждане на заседания на всяко тримесечие и др.).

етническа принадлежност и умения (Van der Walt et al., 2006). Резултатите за връзка между конфигурацията на борда и качеството на решенията са ограничени.

- **Качество на решението и резултатите.** За да се защитят позициите на заинтересуваните лица, особено в условията на криза, когато данъкоплатците са принудени да поемат разходите, предизвикани от нейните ефекти, са необходими качествени решения и дълготрайни резултати, които могат да се гарантират от разнообразни по възраст, пол и опит бордове (Björklund, 2010).

- **Конструктивна дискусия в борда.** Банковото законодателство в ЕС изисква надзорните органи да събират информация и да анализират разнообразието на бордовете за подобряване на процеса на вземане на решенията чрез конструктивна вътрешна комуникация (вж. Directive 2013/36/EU). По отношение на надзорните органи разнообразяването е по възраст, пол, страна на произход и професионален опит (Bank of Italy, 2015).

- **Разнообразие на борда,** представено чрез персонални данни и професионални характеристики. Към данните се отнасят възраст, националност и пол, а към характеристиките - професионален опит, брой мандати в бордове и бизнес-познания (IIC Partners, 2015).

Етапи на развитие на политиките за разнообразие на борда

Макроконтекстът, историята и социално-политическите влияния поставят на дневен ред въпросите за необходимостта от разнообразяване на състава на корпоративния борд (Konrad et al., 2006). Популяризирането и поощряването на формирането на разнообразие е ключов компонент в световната политика по човешки ресурси (Rambosson, 2016). Нормативната база на стратегическата политика за разнообразие на корпоративния борд води началото си от приетия в САЩ Закон Sarbanes-Oxley (2002 г.), който въвежда изисквания за разнообразяване на банковите бордове чрез включване в тях на жени, представители на малцинствата, по-млади и външни за банковата система лица (Björklund, 2010). Един от постигнатите от прилагането на този закон резултати е увеличаването на участието в бордове на директори без опит в банковото дело.

В провежданите от ЕС политики, свързани с разнообразието на корпоративния борд, могат да се разграничат два етапа – преди и след настъпването на световната финансово-икономическа криза от 2008 г.

• Етап I. Преди световната криза

Поради редицата слабости в корпоративното управление, съществуващи дотогава, от 2002 г. в международен план започва да се утвърждава тенденция към въвеждане на мерки за увеличаване на правата на борда. Практиките по корпоративно управление се пренасочват главно към защита на интересите на акционерите, а на разнообразието на борда се отделя по-незначително внимание, като то засяга най-вече професионалните характеристики на неговите членове.

От 2003 г. нивото на разкриване на информация за разнообразието се повишава съществено. Дружествата са задължени да описват в годишните си доклади основните елементи на структурата и практиките по корпоративно управление, вкл. състава и дейността на борда и неговите комитети, основани на принципа „спазвай или обяснявай“. Добрите практики по корпоративно управление налагат да се поддържа определено съотношение между изпълнителните и неизпълнителните директори за намиране на баланс при взимане на решения. За намаляване на конфликта на интереси се предвижда да се въведе изискване за назначаване на независими директори. Възприет е принципът „say on pay“ за оповестяване на политиката по възнагражденията, както и за разгласяване на подробности, свързани с възнагражденията на отделните директори. Постигането на разнообразие на борда е уредено чрез подбор при попълване на местата в него. Този подбор се възлага на изпълнителните директори поради техните познания за уменията и опита на човешките ресурси, израснали в рамките на дружеството, както и за възможните проблеми и предизвикателства.

От 2005 г. членският състав на корпоративния борд започва да се определя от самия него в зависимост от структурата и дейността на дружеството (European Commission, 2005). Поддържането на баланс и периодичната оценка на състава гарантират разнообразие от знания, преценки и опит в борда, което допринася за успешното осъществяване на целите и задачите на дружеството. При назначаването на нов член трябва да се разберат и уточнят специфичните му компетенции, свързани с дейността му в борда. Във връзка с това всеки нов член преминава въвеждаща програма, съобразена с неговите отговорности, както и с организацията и дейността на дружеството. За поддържането на актуалността на мненията и знанията спомага извършваният от борда годишен преглед, в който се определят областите на дейност на отделните членове според притежаваните от тях опит и умения. Бордът ежегодно оповестява своя състав и компетенциите на всеки член, за да могат пазарите и обществеността да преценят дали те са подходящи.

● *Етап II. След световната криза*

Като една от основните причини за икономическата криза е посочена липсата на банков и финансов опит в банковите бордове. Ето защо от 2009 г. започва да се прилага съвременният формат на разнообразие на борда. За справяне с ефектите от кризата се предприемат реформи в корпоративното управление, насочени към разнообразяване на състава на бордовете на финансови посредници. В резултат от преместването на фокуса върху защитата на интересите на заинтересуваните лица в центъра на тези реформи са поставени отговорностите и отчетността на борда. Отпадат количествените и качествените измерения, разнообразието вече не се определя от размера на дружеството и от сферата му на дейност (частен или публичен сектор). Важно е да се отбележи, че реформите засягат само публичните дружества (European Commission, 2012b).

Развитието и усъвършенстването на добрите практики по корпоративно управление показват значението на квалифицирания борд за осъществяването на успешен надзор и стабилно управление на риска. Във връзка с това на международно ниво са отправени препоръки за спазване на определено съотношение между изпълнителни и неизпълнителни директори, както и за установяване на формални политики за възнаграждението на борда (Kirkpatrick, 2009). Въвеждат се изисквания председателите на комитети към борда да са независими членове и функциите на председателя на борда да се отделят от тези на главния изпълнителен директор.

На този етап ролята на корпоративното управление е дефинирана като защита и предоставяне на предимство на интересите на акционерите чрез определяне на стратегическото ръководство на дружеството и назначаване и мониторинг на способни да управляват директори (Walker, 2009). Целта е да се излезе от „груповото“ мислене,⁴ като се поощри независимото мнение и се улесни конструктивната критика, което може да се осъществи чрез открит дебат относно съществуващите или възможните предизвикателства. Опитът на членовете в банковите бордове е по-важен, отколкото на тези в останалите сектори, защото евентуалният им неуспех би засегнал не само акционерите и големите кредитори, но и останалата част от обществото.

Теорията отделя специално внимание на въпроса за осигуряването на правилна комбинация между притежавания от членовете на борда опит във финансовата сфера и опита им на високо ниво в друга индустрия. Установено е, че при неизпълнителните директори в банковите бордове най-добре е съчетанието между качествата „опитност във финансовия сектор“ и „независимост“, а при независимите директори има по-силна необходимост от опит във финансовия сектор поради по-високата им склонност към риск и по-голямата сложност на инструментите, с които работят. Председателят на борда трябва да притежава комбинация от добре усвоени познания и умения във финансовата индустрия и убедителни лидерски качества, като при нарушен баланс предимството е на последните. Тенденцията към увеличаване на броя на неизпълнителните членове без опит в банкови бордове се тълкува като повишаване на възможността за назначаването на жени като неизпълнителни директори, което от своя страна би довело до подобряване на баланса между половете и опита.

Смята се, че една от причините за възникването на съвременната икономическа криза е липсата на технически познания и увереност у директорите без

⁴ Явлението „групово мислене“ е показателно за наличието на ниска степен на разнообразие, което оказва негативно влияние върху резултатите на дружеството. То се изразява в: невъзприемчивост по отношение на новаторските идеи, което води до влошаване на надзора на управлението от страна на борда; липса на различни възгледи, ценности и компетенции, което ограничава възможностите за конструктивно оспорване и ефективно противопоставяне на някои управленски решения; по-малко дебати, идеи и спорове в управителния съвет и по-неефективен надзор над управителите или изпълнителните директори; по-малко приобщаващи и иновативни инициативи, което възпрепятства икономическия растеж, и т.н.

изпълнителни функции, които по онова време не са били в състояние да оспорват или поне да поставят под съмнение предлаганите насоки или заключения (European Commission, 2010). Председателите на бордове не са извършвали задълбочена оценка на качествата на отделните членове и не са успели да проследят нивото на компетентност на кадрите, отговарящи за управлението на риска и за склонността към поемане на риск в поверените им финансови институции. Във връзка с това се стига до заключението, че наред с нуждата от притежаване на определени индивидуални качества (независимост, компетентност, опит и т.н.) по-голямото разнообразие на състава (жени, мениджъри с различен социален и културен произход и др.) може да допринесе за подобряване на работата на борда. Необходимо е също надзорните органи да включат към съществуващите критерии за подбор (проверка за квалификация и надеждност) на бъдещите директори техните технически и професионални компетенции, в т.ч. в сферата на риска, както и поведенческите характеристики на кандидатите, с цел да се гарантира, че бъдещите членове на борда притежават способност за независима преценка.

Бордовете с разнообразен състав наблюдават по-ефективно управлението, с което спомагат за подобряване на надзора на риска и устойчивостта на дружествата (European Commission, 2011b). За да се представят повече и по-различни мнения и опит, добрите практики в областта на корпоративното управление трябва да поощряват независимото мислене и да улесняват конструктивната критика чрез разнообразяване на бордовете по отношение на възраст, пол, географски произход, образование и професионален опит. Равнопоставеността между половете е от особена важност за осигуряване на адекватно представяне на населението.

За успешното управление на дадено дружество е необходим ефективен надзор от директорите без изпълнителни функции над изпълнителните директори или от надзорния съвет над управителния съвет (вж. European Commission, 2012a). Наличието на разнообразни компетенции и гледища на членовете на борда е решаващо за успеха на дружеството – то улеснява разбирането на дейностите и организацията на бизнеса и дава възможност на борда да оспорва решенията на мениджърите по обективен и конструктивен начин.

Директивата за капиталовите изисквания (2013/36/ЕС) задължава надзорните органи да събират и анализират информацията относно политиките, приети от банките за насърчаване на разнообразието в техните бордове, а банките и инвестиционните посредници - да публикуват съдържанието на провежданите от тях политики в тази област. Ако е учреден комитет по номинациите, в неговите решения трябва да се взема предвид балансът и разнообразието на борда. Всичко това е мотивирано от факта, че по-разнообразните бордове наблюдават управлението по-ефективно и допринасят за подобряване на мониторинга и контрола на риска, както и за постигане на по-голяма устойчивост на институциите.

За да се осигурят равни условия, в ЕС изискването за разнообразие в състава на борда се отнася само до големите предприятия, които са котиран

на фондови борси (вж. European Commission, 2013a). При разнообразяването се взимат под внимание показатели като образование и професионален опит, географски произход, възраст или пол. Поставената цел е 40% от по-слабо представения пол да заемат постове на директори без изпълнителни функции в бордове на дружества, допуснати до борсова търговия, с изключение на малките и средните предприятия. Дружествата трябва да предоставят информация за своята политика на разнообразие, която да бъде включена в декларацията за корпоративно управление. Информацията трябва да съдържа целите на тази политика, начините за нейното реализиране и получените резултати, основани на принципа „спазвай или обяснявай“. За да се изпълни изискването за разкриване на нефинансова информация, е предвидена възможността външните одитори да изразяват своето становище.

Предимства от наличието на разнообразие на борда

В специализираната литература са правени опити за определяне на предимствата от разнообразяването на борда, като повечето са насочени към подобряване на качествените показатели. Без претенции за изчерпателност и пълнота, основните предимства се състоят в следното:

- След въвеждането на разнообразие в борда се констатира „ефект на устойчивостта“ - промяната в състава на борда не се отразява върху качеството на взетото решение. Еднородните бордове от съмишленици са склонни да приемат по-ограничени и по-крайни позиции в сравнение с бордовете с разнообразие на мнения (Björklund, 2010). Ето защо се смята, че еднородността на борда и свързаната с нея поляризация на мнения между инвеститори и мениджъри е отчасти фактор за финансовата криза (Sunstein, 2009).

- Разнообразният борд е гарант за устойчив бизнес-успех (Kearney et al., 2009), тъй като разнообразието води до увеличаване на наличните инструменти и до по-ефективно използване на ресурсите. Ресурсите на дружеството допълват тези на надзорния орган и затова намаляването на надзорните ресурси не оказва ефект върху резултатите на дружеството, ако бордът е разнообразен (García-Mesa et al., 2015).

- Изгражда се нов тип лидерство, който няма аналог в класическите школи по мениджмънт. Лидерският стил се променя в посока към увеличаване на отговорността за резултатите (Van Knippenberg et al., 2004). Новите форми на лидерство, породени от разнообразието, допринасят за решаването на проблеми, вземайки предвид интересите на широк кръг от заинтересувани лица (Björklund, 2010).

Недостатъци от разнообразието на борда

Освен предимствата разнообразяването на борда има и някои слаби страни:

- Разнообразието води до промени в груповата динамика на борда, както и в предизвикателствата на участието, ангажираността и индивидуалния принос на всеки член, което намалява ефективността на заседанията (Björklund, 2010).

- Налага се назначаване на нови членове, за които са необходими обучение за добрите практики по корпоративно управление и такси за участие в националния институт на директорите, а това води до увеличаване на разходите за поддръжка на борда.

- Разнообразието може да предизвика прегрупиране на членовете според стажа им. Подобно групиране може да причини разделение при вземането на решения и спадане на доверието и уважението между традиционните и новите членове на борда. Това би могло да доведе до поляризация и до ситуации, в които традиционните членове проявяват по-голяма лоялност към изпълнителните директори, а новите членове – към неизпълнителните.

- Тенденцията към разнообразие може да предизвика затруднения при комуникациите в борда (Björklund, 2010), тъй като по-голямото представителство на заинтересувани страни при вземането на решения изисква членовете на борда да контактуват с по-широк кръг от заинтересувани лица.

Методология на изследването

Основни допускания и изключения

Обект на проучване тук са бордовете от банковата система,⁵ включваща търговски банки⁶ с частен капитал,⁷ регистрирани по общия закон.⁸ Изследването е първо по рода си, то допринася да се запълнят празнотите в съществуващите по тази тема публикации и обобщава първите данни относно разнообразието на бордовете в България.

При провеждането на анализа с понятието „разнообразие на борда“ тук е означен относителният дял на членовете на надзорния съвет спрямо общия брой на членовете по професия, националност и пол. Анализът на резултатите се основава на тезата, че разнообразието зависи от общия брой на членовете в борда. Бордове с повече от 13 членове обичайно са разглеждани като големи (Bernasconi & Lalmant, 2015). Средната численост на бордовете в

⁵ За разнообразието на борда извън банковия сектор вж. „Composite index of diversity“ на Oxford Economics (Forbes, 2012).

⁶ При анализа на разнообразието на бордовете на инвестиционни банки се включват управляващият директор и висшестоящият му борд (Sealy et al., 2009).

⁷ При анализа на разнообразието на бордове с държавна или обществена собственост се включва обществен борд, в който назначенията задължително са публични (Sealy et al., 2009).

⁸ Извън обхвата на анализа остават Българската народна банка и Българска банка за развитие, които са регистрирани по специален закон. Ефектите от световната финансова криза насочват общественото внимание към централните банки и по-конкретно – към техния състав. Повишеният интерес е породен от ролята им при оформянето на паричната политика и стабилизирането на финансовите системи на национално ниво. Политиката за разнообразие на борда на централните банки е съобразена със социалната отговорност и гарантира правилното отразяване на промените в обществото, както и неговите очаквания по отношение на адаптиране на компетентния надзорен орган към новата реалност (Kellermann, 2011). Жените заемат 16,9% от местата в органите за вземане на решение в централните банки (Sealy et al., 2009).

България е петима членове (5,00).⁹ Независимо от факта, че бордовете у нас имат относително малък състав, те могат да представят по-добри резултати, при условие че притежават необходимата комбинация от умения и подкрепа (например в случай на наличие на корпоративен секретар) (Cigna et al., 2016).

Източници на информация

За целите на изследването са използвани данните на БНБ за две години: 2007 г. (присъединяването ни към ЕС) и 2015 г., за която са последните налични публикувани данни.

При провеждането на анализа са отчетени практиките по корпоративно управление в България:

- Преобладаващият брой банки са задгранични дъщерни дружества на банкови групи от ЕС, които групи се търгуват на фондовата борса и попадат в обхвата на евродирективите, тъй като са регистрирани в Евророната (вж. Houbenova-Delisivkova, 2015).

- С публичен статут са четири банки (24% от общия брой), с българска собственост, малък дял от собствения капитал (11% от общия собствен капитал за банковата система) и двустепенна система на управление.

- Изискването за назначаване на независими директори се отнася само за публични дружества, а присъствието на независими изпълнителни членове на борда е по-скоро изключение, отколкото правило (World Bank, 2008).

- Преобладаващата система на управление е двустепенната поради високата концентрация на собствеността (81%) и големия дял на чуждестранна собственост (73%). Тенденцията е към намаляване на чуждестранното присъствие за сметка на националния капитал. Към момента на изследването (декември 2015 г.) две банки имат едностепенна структура и са с чуждестранна собственост и без публичен статут.

Предвид посочените особености на корпоративното управление в българските банки, под „борд“ тук ще разбираме надзорен съвет заради основната му задача да одобрява и контролира банковата стратегия и да наблюдава нейното изпълнение (International Finance Corporation, 2012). Надзорният съвет е едно от главните предимства на двустепенната структура пред едностепенната, тъй като има законовата възможност да променя или да блокира стратегически предложения, без да създава междуличностно напрежение (Walker, 2009).

Резултати

•Разнообразие по професии

Сложността на банковото дело изисква работещите в тази сфера да притежават разнообразен професионален опит, който е фактор при защитата на заинтересуваните лица. Поради това, както и в резултат от ефектите от светов-

⁹ Близки са параметрите в британските бордове – средно по 6,5 директори. Повечето държави в ЕС имат значително по-голям брой членове - в Германия бордовете включват 14 директори, а в Холандия – 8,9 (вж. Ferreira and Kirchmaier, 2013).

ната криза, в банковата практика възниква тенденция към търсене на допълващи се професионални профили. Осъзнава се, че за да се получи конструктивност при вземането на решение, е необходим баланс между умения, знания и опит (International Finance Corporation, 2015). За постигането на такъв баланс допринася професионалното разнообразяване на борда, основано на съчетаването на умения, знания, функционално мнение, тип на бизнес и демографски характеристики (Björklund, 2010).

Кредитните институции трябва да имат политика за оценяване на годността на мениджърите с ключови функции (European Banking Authority, 2012), при което да се вземат под внимание мащабът и сложността на дейността на институцията. Тази политика трябва да определя: позициите, за които е необходима подобна оценка; експертите, отговарящи за нейното изготвяне, и техните функции, както и критериите (например репутация и опит), по които да бъдат оценени за конкретната позиция.

Тъй като разнообразието по професия се смята за ключ към ефективната работа на банковите бордове, нормативната уредба на ЕС изисква техните членове да притежават съответните знания, квалификация и умения, които да им осигурят правилно и разумно управление (Directive 2013/36/EU). Препоръчително е въвеждането на комитет за подбор на кандидатите, чиято дейност да е съобразена с намирането на баланс между знания, умения, разнообразие и опит на членовете на борда.

За професионалното разнообразяване на бордовете трябва да бъдат подготвена и вещица в много и разнообразни сфери, като към традиционните области на финансите и счетоводството се добавят нови - управление на риска, вътрешен контрол, одит, нормативна уредба (International Finance Corporation, 2012). Предвид участието на държавата при финансовото заздравяване на банките, важни прояви на професионализъм са познаването на политическата среда и правната грамотност, а съвременната ситуация изисква и специфични познания и опит, свързани със сливанията и придобиванията. За да се постигне професионално разнообразие обаче, не е необходимо отделените членове на борда да бъдат специалисти във всяка от изброените дейности, но е от голямо значение в рамките на борда като цяло да има хора с висока ерудиция и компетентност във всички посочени области.

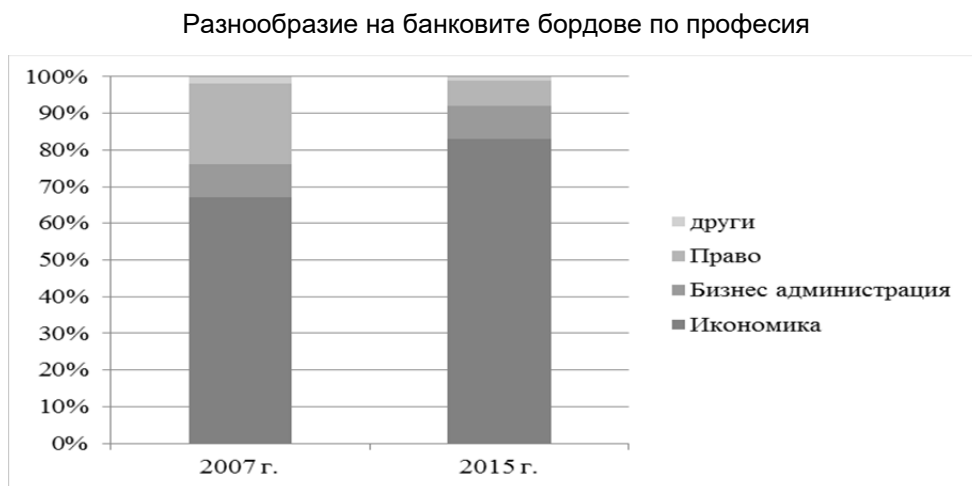
Допълнителен елемент на професионалното разнообразие е провеждането на обучение, за да се отговори на текущите нужди на банките. Тук се има предвид обучение по управление на риска и за практиките на корпоративно управление, вкл. за ролите и отговорностите на членовете на борда. В областта на мениджмънта членовете на борда трябва да се научат да избягват конфликтите на интереси.

В САЩ компонентите на професионалния опит, подредени по тяхната значимост, включват: умения в областта на корпоративното управление (93%), стратегическо планиране (89%), организационно управление (88%) и финансово управление (86%) (вж. Government Accountability Office, 2015). В рамките на

Европейския съюз равнището на професионално разнообразие в сферата на финансовите услуги е най-високо в Холандия (91%) и най-ниско в Италия (28%), при средно ниво за ЕС от 75% (IIC Partners, 2015).

Съгласно приетата методология за изследване на професионалното разнообразие на банковите бордове (European Banking Authority, 2016) в българските бордове най-голямо тегло има професионалният опит в икономиката (вж. фиг. 1). Динамиката през разглежданите два периода показва увеличаване на икономистите за сметка на юристите и запазване на дела на специалистите по бизнес-администрация. Ефектите от световната криза и нарастването на конкуренцията намират проявление както в разнообразяването с две нови професии (маркетинг и контрол), така и в покачването на броя на финансистите за сметка на счетоводителите. Разминаването между образование и професионален опит отразява разликата в заплащането на отделните професии на националния пазар (вж. Неделчев, 2014).

Фигура 1



Източник. Собствени изчисления по данни от БНБ. Банките в България за съответните години.

Най-голямо е разнообразието при чуждестранните банки, като сред техните директори е значителен броят на физическите лица, представляващи юридически лица-мажоритарни акционери, които не са с икономическа професия. В бордовете на банките с местен капитал има голямо разнообразие по отношение на опита извън традиционните професии – в тях участват инженери, бивши дипломати, пенсионирани военни, представители на здравеопазването, застраховането, пенсионното дело и др. За разлика от останалите държави (European Banking Authority, 2016), бордовете на българските банки не са разнообразени с академични представители.

● *Разнообразие по националност*

Вълната на глобализация определя разнородния по националност състав на бордовете. В ЕС средно 1/3 от техните членове са чуждестранни граждани (вж. European Commission, 2011a). Независимо от процесите на интеграция и хармонизация обаче различията по този показател в отделните страни от ЕС в някои случаи са големи - докато в Холандия например чужденците в бордовете са 54%, то в Испания те са едва 2% (IIC Partners, 2015). Едновременно с това разминаване се отчита и съвпадение между националността на капитала и тази на директорите, при което може да се проследи низходящото движение на капитала в структурата на банковите групи.

Според чуждестранното участие бордовете могат да се класифицират в три групи (вж. Heidrick & Struggles, 2009):

- интернационални, в които чужденците представляват повече от 40% от членовете. Такива са бордовете във Великобритания, Холандия и Швейцария. В тези страни преобладават инвестиционните банки, а предпочитанията са към едностепенна структура на корпоративно управление;

- балансирани, включващи 20-30% чуждестранни членове. Такива бордове има в Белгия, Дания, Португалия, Финландия, Франция и Швеция. Трябва да се уточни, че банките в тези държави са съставени в резултат от големи по мащаб доброволни задгранични сливания през последните 10 години (например Fortis, Nordea, Dexia);

- с минимално (10%) чуждестранно участие. Към тази група се отнасят бордовете в Австрия, Германия, Испания и Италия. Характерната за тях двустепенна система на корпоративно управление съдейства за по-добър контрол при изнасяне на капитала зад граница и за силно представяне в нови рискови пазари, каквито са например източноевропейските.

Бордовете в България са свръхинтернационализирани – средното участие на чужденци в тях надхвърля 50% (вж. фиг. 2). Този висок процент може да се обясни с големия чуждестранен дял в собствеността на банките (повече от 75% за 2007 г. и 70% за 2015 г.). В над 50% от случаите председателят на борда е чужденец.

Във връзка с разнообразието по националност в динамиката на професионалното разнообразяване на бордовете могат да се отчетат следните зависимости:

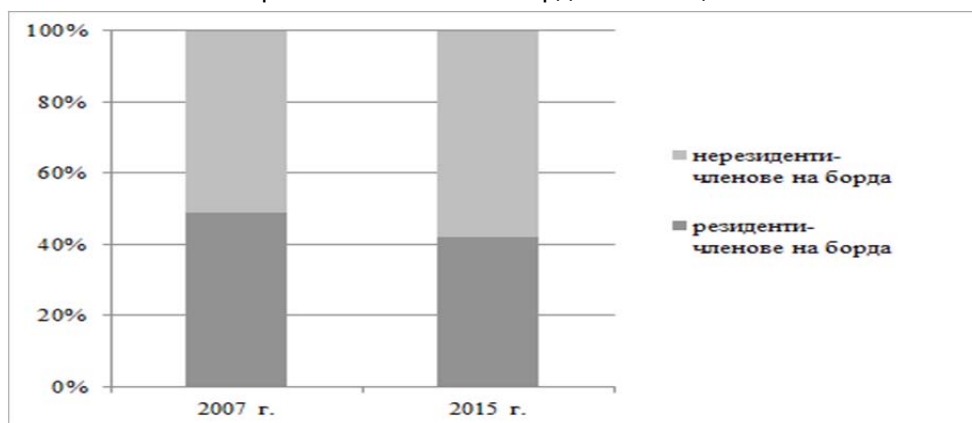
- с покачване на дела на чуждестранното участие в собствеността за сметка на националната собственост се увеличава както броят на членовете на борда, така и делът на чуждестранното присъствие в него;

- при понижаване на дела на чуждестранното участие в собствеността спада броят на членовете на борда и се запазва делът на чуждестранното присъствие в него;

- с повишаване на дела на чуждестранното присъствие в борда намалява разнообразието по националности в него.

Фигура 2

Разнообразие на банковите бордове по националност



Източник: Собствени изчисления по данни от БНБ. Банките в България за съответните години.

С оглед на банковата реалност в България могат да се отчетат редица характерни случаи:

1. При банки с произход на собствеността *извън ЕС* липсват членове на борда от държавата на капитала (например в Инвестбанк и ТБ „Д“ има капитал съответно от Оман и Турция, без да присъства член на борда от тези държави).

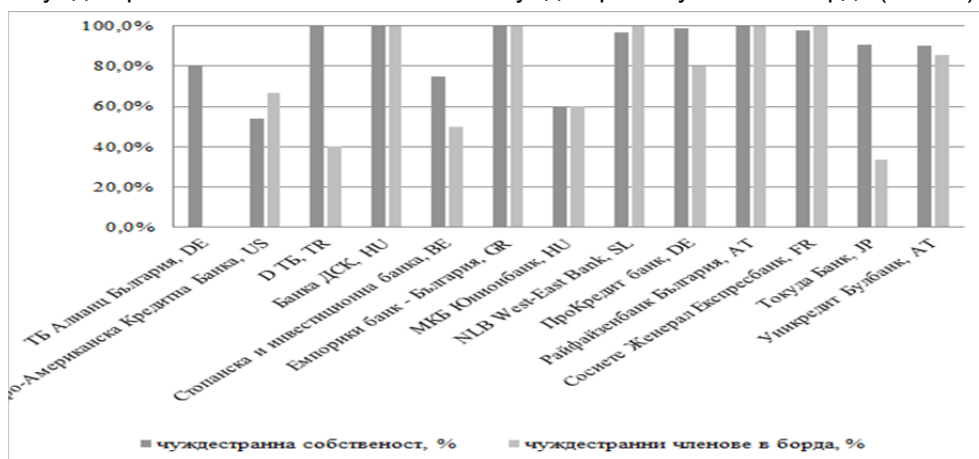
2. При банки с произход на собствеността *от ЕС* членовете на борда са основно от държавата на капитала, но могат да бъдат и от други страни в зависимост от структурата на банковата група. В УниКредит Булбанк например крайният собственик на капитала е от Италия (предвид структурата на банковата група УниКредит-Милано), а в борда някои членове са от Австрия, както и от други държави от ЕС. Такъв е и случаят с Ти Би Ай Банк, при която страната на произход на капитала е Нидерландия, а в борда има представител на крайната държава на капитала – Израел. В дъщерната банка Емпорики Банк-България с гръцки капитал в борда членуват гръцки и френски граждани, а основният източник на капитала е Франция. Подобна е ситуацията и при МКБ Юнионбанк (банка-мост като частен случай на холдингова група), при която в борда има представител от държавата както на банката-мост – Унгария, така и на крайния собственик - Германия.

3. Вследствие на ефектите от световната криза в борда могат да членуват лица, чиято националност не отразява държавата на капитала или структурата на банковата група (например в борда на Сосиете женерал Експресбанк, която е с френски капитал, има гражданин на Италия).

4. Разминаване в процентите на чуждестранна собственост в капитала и на чуждестранно представяне в борда (вж. фиг. 3 и 4), като отклонението е най-голямо при германските банки.

Фигура 3

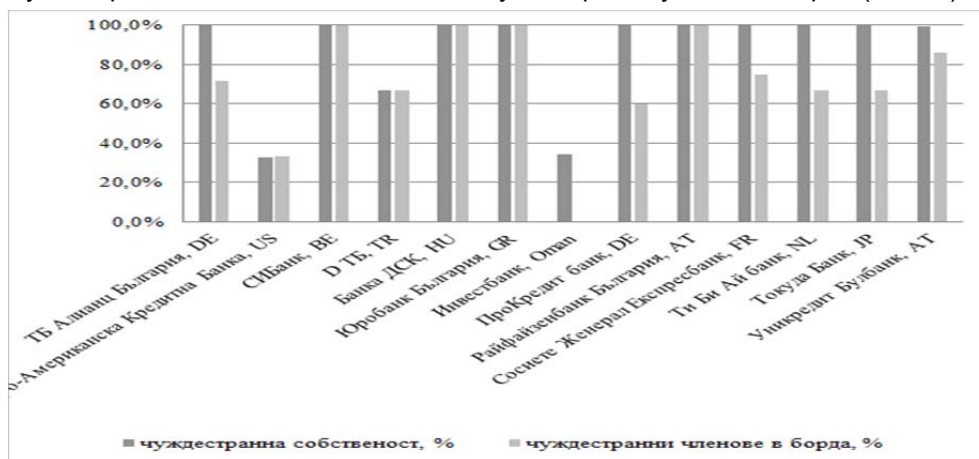
Чуждестранна собственост в банката и чуждестранно участие в борда (2007 г.)



Източник. Собствени изчисления по данни от БНБ. Банките в България за съответната година.

Фигура 4

Чуждестранна собственост в банката и чуждестранно участие в борда (2015 г.)



Източник. Собствени изчисления по данни от БНБ. Банките в България за съответната година.

●Разнообразие по пол

Трябва да се има предвид, че разнообразието по пол не е абсолютно. Съгласно вижданията на Европейската комисия то се отнася само до два

ограничени случая: за неизпълнителни директори и за дружества, регистрирани на фондовите борси (вж. European Commission, 2012b). Разнообразието по пол не дава автоматично и безусловно предимство на по-слабо представения пол при еднакво квалифицирани кандидати за заемане на позиция в борда (вж. European Commission, 2013c).

Изследването на разнообразието по пол е най-новият компонент на теорията в тази сфера - проблемът е поставен за първи път през 2011 г. в Зелената книга на Европейската комисия. За разлика от останалите форми на разнообразие тук мотивите не са финансови, а по-скоро се цели промяна в утвърдените с течение на времето обществени нагласи и култура.¹⁰ Въпросът за увеличаването на участието на жени във всички области, вкл. и в бордовете, има голям социален отзвук, но макар че са по-лесни за измерване, мотивите за неговото прилагане са по-трудно обясними. Анализът показва, че мерките, свързани с този проблем, заемат водещо място сред предприетите инициативи за разнообразяване за сметка на останалите по-малко представени групи (Sealy et al., 2009).

През последното десетилетие уставите на дружествата наподобяват конституциите на държавите – също като тях те съдържат декларации за равенство на половете, които се трансформират в изисквания за разнообразие със запазена квота за жените в борда. Практиката на отделните страни обаче бележи променливи успехи в осъществяването на тези изисквания. Най-значителен напредък в постигането на разнообразие по пол има в държави, в които са въведени задължителни мерки, докато в тези, разчитащи на инициативите за саморегулиране, не са отчетени впечатляващи постижения (European Commission, 2012b).

Тенденцията към конвергенция в международната практика не води до единни резултати по отношение на половото разнообразие, тъй като европейските страни се различават съществено помежду си по размер, доходи, политическа и икономическа история (Ferreira and Kirchmaier, 2013):

- Средният дял на жените в бордовете на банките за ЕС е 12% (European Commission, 2011a). В повечето страни-членки е създаден комитет по номинациите, който взема решение за определяне на целевото ниво за представяне на жените в ръководния орган и разработва политика за увеличаване на техния брой (Directive 2013/36/EU).

- С най-висока средна стойност на представителство на жените в борда е Франция (41%), следвана от Швеция (33%) и Испания (25%) (вж. IIC Partners, 2015), а с най-ниска - Холандия (18%).

¹⁰ Разликата в разнообразието по пол в отделните държави се обяснява със специфичните характеристики на всяка от тях. По подобен начин се тълкува и различната степен на независимост на борда. При определянето на разликите в размера на борда обаче има друго обяснение – той зависи от характеристиките на самото дружество (от неговата големина и сфера на дейност) (вж. Ferreira and Kirchmaier, 2013).

- Норвегия постига впечатляващите 40,2% участие на жени в бордове, което се дължи на законодателно предвидената в страната квота, както и на санкциите, вкл. отписване от фондовата борса и заличаване на дружеството при неспазване на тази квота (Sealy et al., 2009).

- В законодателствата на някои държави е приет оптимален минимум за участие на жени, определен от компетентните органи. Централната банка на Италия например фиксира като абсолютен минимум, към който трябва да се придържат всички банки, 20% представителство на жените в бордовете (вж. Bank of Italy, 2015). Освен това, ако бордът е с изпълнителни правомощия (каквото е например Comitato esecutivo, имащ функциите на ръководен комитет), най-малко един от неговите членове трябва да е жена.

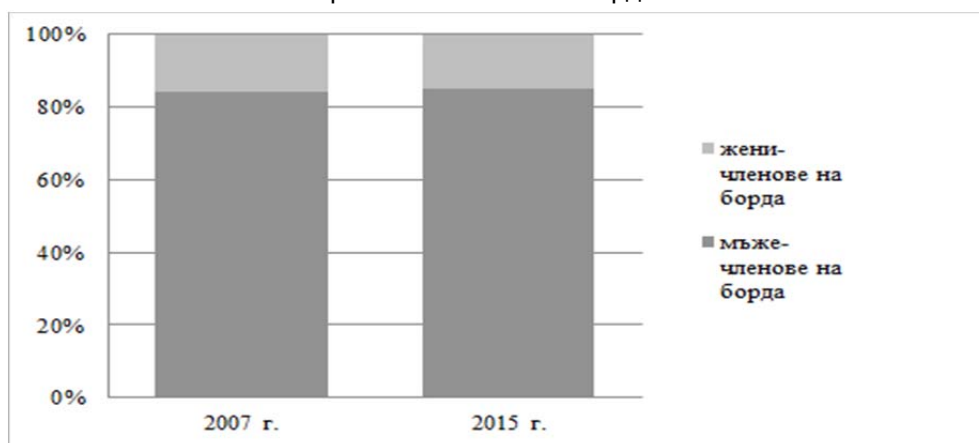
- В Исландия са предприети едностранни инициативи за включването на жени в борда при процедури по рекапитализиране на банки. Подобни инициативи допринасят за възстановяването на нормалното функциониране и за възвръщането на доверието към банковата система в страната (Mateos de Cabo et al., 2012).

- В Източна Европа жените заемат 35% от състава на висшия мениджмънт (вж. Grant Thornton, 2016). Високата стойност на разнообразие там се обяснява с наследството от епохата на социализма, когато повсеместно се е прилагал принципът за равенство между половете.

- Участието на жените в бордовете може да бъде представено и от гледна точка на риска (Mateos et al., 2012) – техният дял е по-висок в бордовете на по-нискорискови банки, т.е. предимно банки с потенциал за растеж имат практиката да разнообразяват бордовете си с жени.

Фигура 5

Разнообразие на банковите бордове по пол



Източник. Собствени изчисления по данни от БНБ. Банките в България за съответните години.

По отношение на изискванията за постигане на разнообразие по пол *тенденцията в България е относително постоянна* – 16% от позициите в бордовете на банките се заемат от жени (вж. фиг. 5). За положителната динамика в тази област говори фактът, че през 2015 г. две банки назначават жени за председател на борда (Българо-американска кредитна банка и Инвест-банк), а в една банка жена е едновременно представител на квалифицирания акционер (61,43%) и председател на борда (Българо-американска кредитна банка). В повечето случаи жените участват в бордовете на банки с местен капитал и с малък дял в банковия пазар и представляват мажоритарни акционери, които са предимно чуждестранни юридически лица. В банките с разнообразие по националност няма широко представителство на жени (това са най-вече дъщерни банки на големи банкови групи, които извършват дейност в целия Европейски съюз).

*

В съвременната реалност развитието на икономиката и в най-голяма степен ефектите от световната криза поставят на дневен ред необходимостта от прилагането на традиционни инструменти по нов начин. Подходящ пример за подобно съчетание са корпоративните бордове. Предвид значението му за добрите практики по корпоративно управление, техният състав се разглежда като основен механизъм за продължително във времето устойчиво развитие на икономиката, както и за постигане на конкурентоспособност на дружествата.

Промяната в корпоративното управление, насочена към разнообразяване на борда, е етап към качествено нова форма на добри практики. Първите опити за разнообразяване на бордовете съвпадат с началото на световната криза и трябва да се разглеждат като основна стъпка към бъдещата рамка на добрите практики по корпоративно управление.

Направеното изследване показва, че постиженията в България по отношение на разнообразието в банковите бордове са над средните за Европейския съюз. Разнообразието в бордовете у нас се определя от фактори на външната среда, сред които особено значение имат законодателството, както и обусловеността от изминатия път на развитие и от практиките в банката-майка. Резултатите от анализа очертават качествените измерения на разнообразието на бордовете в българските банки съобразно международно утвърдени критерии. Независимо кога са прилагани, тенденциите при трите компонента на разнообразието са разнопосочни. Водеща е ролята на разнообразието в състава на банковите бордове по националност поради преобладаващата чуждестранна собственост и значимото място на приемащата държава, следвано от разнообразието по професия предвид новата рамка и очакванията на обществото относно стимулиращата роля на банките. Третият компонент - разнообразието по пол, макар и първи в хронологията, заема последно място в обществените нагласи по отношение на постигнатите ефекти.

Използвана литература:

Неделчев, М. (2014). Корпоративни бордове: практики и тенденции за България. - В: Сборник доклади от международна научна конференция (5-9.IX.2014 г., Равда), Т. 1 (9). С.: УНСС, с. 333-339.

БНБ (2008). Търговските банки в България, октомври-декември 2007. С.

БНБ (2016). Банките в България, октомври-декември 2015. С.

Berghe, V., A. Levrau (2004). Evaluating Boards of Directors. What constitutes a good corporate board? - *Corporate Governance. An International Review*, 12(4), p. 461-478.

Bernasconi, F. & S. Lalmant (2015). A report on the corporate governance of Europe's top 25 banks. London: Nestor Advisors Ltd.

Björklund, R. (2010). Corporate Board Governance & the Diversity-Participation Paradox - A Note on the Banking Sector. - *International Journal of Public Information Systems*, 6(1), p. 121-131.

Cigna, G., Y. Kobel & A. Sigheartau (2016). Corporate Governance in Transition Economies. Bulgaria Country Report. European Bank for Reconstruction and Development.

Ferreira, D., T. Kirchmaier (2013). Corporate boards in Europe. Size, independence and gender diversity. - In: Belcredi, M., G. Ferrarini (eds.). *Boards and Shareholders in European Listed Companies. Facts, Context and Post-Crisis Reforms. International Corporate Law and Financial Market Regulation*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, p. 191-224.

García-Mecaa, E., I. García-Sánchezb, J. Martínez-Ferrerob (2015). Board diversity and its effects on bank performance. An international analysis. - *Journal of Banking & Finance*, 53, p. 202-214.

Houbenova-Delisivkova, T. (2015). The Financial Sector in Bulgaria: Problems and Challenges of the Regulation and Policies Alternatives. - In: Demarrage or Slow Motion for the Economy and Finance. Sofia: Publishing Complex of UNWE, p. 15-27.

Kearney, E., D. Gelbert, S. Voelpel (2009). When and How Diversity Benefits Teams. The importance of Team Members' Need for Cognition. - *The Academy of Management Journal*, 52(3), p. 581-598.

Kellermann, J. (2011). The challenge of diversity in central banks. Speech by Ms. A. J. Kellermann, Executive Director of the Netherlands Bank, at the European Central Bank (ECB) Diversity forum. Frankfurt am Main, 28 March. Central bankers' speeches. Basel: Bank for International Settlements.

Kirkpatrick, G. (2009). The corporate governance lessons from the financial crisis. *OECD, Financial Markets Trends* 96(1).

Konrad, A., P. Prasad, J. Pringle (eds.). (2006). *Handbook of Workplace Diversity*. SAGE, Thousand Oaks CA.

Mateos de Cabo, R., R. Gimeno & M. Nieto (2012). Gender Diversity on European Banks' Boards of Directors: Traces of discrimination. - *Journal of Business Ethics*, 109(2), p. 145-162.

Rambosson, S. (2016). Diversity in the Global Banking Sector. How the World's Leading Banks are Shifting Diversity Reporting up the Agenda. DHR International, White Paper, January. Chicago.

Roberts, J., T. McNulty, P. Stiles (2005). Beyond agency conceptions of the work of the non-executive director. Creating accountability in the boardroom. - *British Journal of Management*, 16, p.5-26.

Sealy, R., E. Doldor, S. Vinnicombe (2009). Increasing diversity on public and private sector boards. Part 1 – How diverse are boards and why? International Centre for Women Leaders, Cranfield School of Management.

Sunstein, C. (2009). Going to Extremes, How Like Minds Unite and Divide. Oxford University Press.

Van der Walt, N., C. Ingle, G. Shergill, A. Townsend (2006). Board configuration. Are diverse boards better boards? - *Corporate Governance*, 6(2), p. 129-147.

Van Knippenberg, D., C. de Dreu, A. Homan (2004). Work group diversity and group performance. An integrative model and research agenda. - *Journal of Applied Psychology*, 89, p. 1008-1022.

Walker, D. (2009). A Review of Corporate Governance in UK banks and other Financial Industry Entities. Final Recommendations. London: HM Treasury.

Bank of Italy (2015). Diversity benchmarks for the Italian banking system. Rome.

Directive 2013/36/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on access to the activity of credit institutions and the prudential supervision of credit institutions and investment firms, amending Directive 2002/87/EC and repealing Directives 2006/48/EC and 2006/49/EC.

European Banking Authority (2016). EBA Report on the Benchmarking of Diversity Practices. EBA-Op-2016-10, London.

European Banking Authority (2012). Guidelines on the assessment of the suitability of members of the management body and key function holders. London, EBA/GL/2012/06.

European Commission (2003). Modernising Company Law and Enhancing Corporate Governance in the European Union - A Plan to Move Forward. COM (2003) 284 final.

European Commission (2005). Commission Recommendation of 15 February 2005 on the role of non-executive or supervisory directors of listed companies and on the committees of the (supervisory) board. 2005/162/EC.

European Commission (2010). Green Paper. Corporate governance in financial institutions and remuneration policies. COM(2010) 284 final.

European Commission (2011a). Green Paper. The EU corporate governance framework. COM(2011) 164 final.

European Commission (2011b). Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on the access to the activity of credit institutions and the prudential supervision of credit institutions and investment firms and amending Directive 2002/87/EC of the European Parliament and of the Council on the supplementary supervision of credit institutions, insurance undertakings and investment firms in a financial conglomerate. COM(2011) 453 final.

Разнообразие на банковите бордове

European Commission (2012a). Action Plan. European company law and corporate governance - a modern legal framework for more engaged shareholders and sustainable companies. COM/2012/0740 final.

European Commission (2012b). Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on improving the gender balance among non-executive directors of companies listed on stock exchanges and related measures. COM/2012/0614 final.

European Commission (2013a). Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large companies and groups. COM/2013/0207 final.

European Commission (2013b). Women on boards - Factsheet 2, Gender equality in the Member States. Brussels.

European Commission (2013c). Women on boards - Factsheet 3, Legal Aspects.

Forbes (2012). Global Diversity Rankings by Country, Sector and Occupation. Diversity & Inclusion. Unlocking Global Potential. New York.

Government Accountability Office (2015). Federal Home Loan Banks. Information on Governance Changes, Board Diversity, and Community Lending. Report to Congressional Requesters. Washington DC, GAO-15-435.

Grant Thornton (2016). Women in business. Turning promise into practice. Grant Thornton International Business Report. London.

Heidrick & Struggles (2009). Boards in turbulent times. Corporate Governance Report 2009. Chicago.

IIC Partners (2015). Bio-Diversity among European Bank Board Members. San Francisco.

International Finance Corporation (2012). Corporate Governance for Banks in Southeast Europe. Washington DC.

International Finance Corporation (2015). A Guide to Corporate Governance Practices in the European Union. Washington DC.

World Bank (2008). Report on the Observance of Standards and Codes (ROSC). Corporate Governance Country Assessment – Bulgaria. Washington DC.

22.XI.2016 г.

ОЦЕНКА НА ПРИЗНАВАНЕТО НА БРЕНДА – ПОДХОДИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

През последните двадесет години се създава ново поколение компании, чиято стойност се формира от нематериалните им активи. Брендът е стратегически актив, чиято стойност е силно корелирана с тази на компанията. Ето защо оптимизацията на пазарния портфейл и стратегическото позициониране, определянето на цената на сделки по сливане и придобиване, както и на процента на роялти отчисленията за бизнеса поражда необходимостта от оценка на финансовата стойност на брента. Въпреки че съществува многообразие от методологии в тази област, повечето от тях са предимно качествени и не дават количествена оценка. Няма и консенсус относно стандартна оценителска практика. Във връзка с това са систематизирани и анализирани главните финансови подходи за оценка на стойността на брента и са класифицирани основните методи в рамките на разглежданите подходи. Открити са предимствата и недостатъците на всеки от тях и са изведени предизвикателствата пред оценката на този нематериален актив.¹

JEL: G12; G31

Ключови думи: брент, търговска марка, оценка, финансова стойност на брент, стойност компания

В днешно време сме свидетели на драматична промяна в стойността на компаниите - разрыв между балансовата стойност и пазарната капитализация в резултат от изместването на фокуса от материалните към нематериалните активи на бизнеса. В началото на 80-те години на XX век средният мултипликатор „пазарна към балансова стойност“ на индекса S&P 500 възлиза на 1,4, а в началото на 2003 г. нараства на 4,7 (вж. Haigh et al., 2004). Или материалните активи на бизнеса (земя, оборудване, запаси, оборотен капитал и др.) отговарят за по-малко от 25% от пазарната стойност на компанията, а останалите 75% се формират от нематериалните активи - патенти, бизнес-системи, права на дистрибу-

* Нов български университет, департамент „Икономика“, rdimitrova@nbu.bg

¹ Chief Assist. Prof. Ralitsa Dimitrova, PhD. ASSESSMENT OF RECOGNITION OF THE BRAND - APPROACHES AND CHALLENGES. *Summary:* In the past twenty years new generation of companies emerged, with value, generated out of their intangible assets. The brand is a strategic asset with a value highly correlated with the company value. Due to the optimization of the market portfolio and strategic positioning, pricing of mergers and acquisitions, as well as determining the percentage of royalty deductions for businesses the financial value of brands should be assessed. Although there is a variety of methodologies in this area, most of them are primarily qualitative and do not provide quantitative assessment. There is no consensus on the standard valuation practices. In this regard the key financial approaches to assessing the value of the brand are systematized and analyzed and the basic methods within the discussed approaches are classified. The advantages and disadvantages of each one are specified and the challenges to the assessment of this intangible asset are deducted. *Keywords:* brand trade mark, assessment, financial value of brand, corporate value

ция, брѐнд, клиентска база, качество на мениджмѐнта. Изследване на консултантската компания „Interbrand“ показва, че този феномен се проявява и при сделките по сливания и придобивания (цит. в Ghosh Ray, 2013, p. 179). Данните в него сочат, че през 1981 г. нетните материални активи съставляват около 82% от офертните цени за компаниите, а няколко години по-късно - през 1988 г., делът им в стойността е едва 56%. Leh et al. (1999) затвърждават значението на нематериалните активи, като обясняват намаляващата корелация между печалбата и цената на акциите на американски компании с пропуските при счетоводното им отчитане. То подценява или игнорира нематериалните активи, което изкривява счетоводните измерители за ефективност като рентабилност на капитала. Във връзка с посочените факти въпросът относно оценката на стойността на нематериалните активи и в частност - на финансовата стойност на брѐнда, придобива особена актуалност.

Основни понятия и зависимости

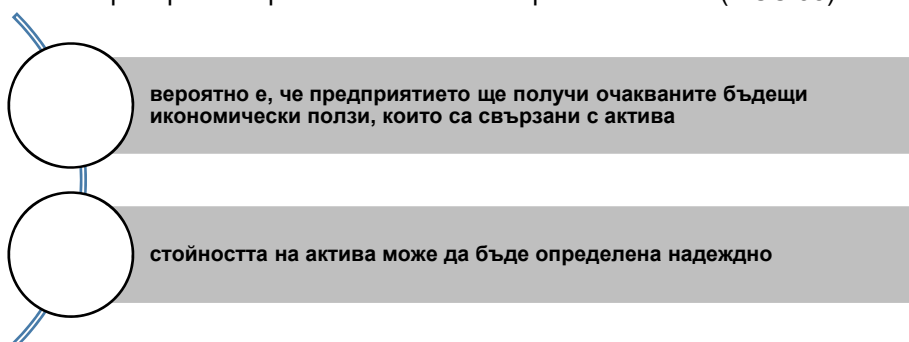
Качествено новият подход за организация на бизнеса превръща нематериалните активи и по-специално интелектуалната собственост в главен фактор на стратегическото управление на компаниите в различните сектори на икономиката. Ето защо коректното и своевременно признаване на нематериалните активи способства за получаването на допълнителен доход за бизнеса посредством лицензиране, повишаване на цената на акциите и печалбата на акционерите, увеличаване на възвръщаемостта от вложените в научноизследователска и развойна дейност (НИРД) ресурси, осигуряване на непрекъснатост на иновативния процес, използване на активи като валута при сливания и придобивания и т.н. (вж. Георгиева, 2011). Независимо от актуалността на въпроса обаче в литературните източници няма единство в терминологията, което се дължи на различните гледни точки върху проблематиката - счетоводна, пазарна, правна, маркетингова. Ето защо по-нататък ще се опитаме да систематизираме основните понятия, използвани в това изследване.

Нематериалните активи са разграничими непарични активи без физическа субстанция, които компанията контролира и от които очаква икономически ползи. Дефиницията на МСС 38 изисква нематериалният актив да бъде разграничим (идентифицируем), за да се разграничи от репутацията (неидентифицируем). Репутацията, призната в бизнес-комбинация, е актив, представляващ бъдещите икономически ползи, произтичащи от други активи, придобити в бизнес-комбинация, които не са индивидуално идентифицирани и отделно признати.² Според чл. 21 на МСС 38 един нематериален актив може да се признае, ако и само ако са спазени представените на фиг. 1 критерии.

² Ползи, отразени като репутация, може да бъдат: синергии, които са резултат от бизнес-комбинация, възможности за растеж, организационен капитал и др. В общия случай стойността на репутацията е остатъчна величина, или сумата, която остава, след като от стойността на предприятието се приспадат всички идентифицируеми материални, нематериални и парични активи след корекция за реални или потенциални задължения.

Фигура 1

Критерии за признаване на нематериални активи (МСС 38)



Коментарите към Международните стандарти за оценяване (МСО 210) описват четири класа идентифицируеми нематериални активи свързани с:

- *маркетинг* (търговски марки, търговски наименования, уникални търговски дизайни, имена на интернет-домейни и др.);
- *клиенти или доставчици* (договор за франчайз, споразумения за лицензиране и предоставяне на авторски права, списъци с клиенти и др.);
- *технологии* (патентовани технологии, формула или рецептура, компютърен софтуер и др.)
- *художествено творчество* (права върху ползи от художествени произведения).

Интересът в нашето изследване е насочен към нематериалните активи, свързани с маркетинга, и по-конкретно към дискусията за определяне на финансовата стойност на търговската марка/бренда като ключов елемент за развитието на компаниите наред с капиталовите инвестиции и иновациите.

От направения аналитичен преглед на специализираната литература се установява, че двата термина „*търговска марка*“ и „*бренд*“ се използват като взаимно заменяеми, но между тях се проявява определена същностна разлика. Като обект на интелектуалната (в частност на индустриалната) собственост, *търговската марка* е обект и на правото. В чл. 9, ал.1 от Закона за марките и географските означения (ЗМГО) законодателят е определил марката като „знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен графично“. Или търговската марка е маркетингов инструмент, който изгражда имидж на съответния продукт, тя е гарант на неговото качество, отличавайки го останалите аналогични продукти. Освен това търговската марка влиза в имуществото на компанията, а нейното добро име в буквален смисъл е част от фирмения капитал (вж. Борисов, 2006).

При дефинирането на *бренда* е добре да се отчете перспективата както на потребителите, така и на компанията. Според Keller (1993, р. 2) той е разликата в реакцията на потребителите към елемент от маркетинг-микса на компа-

нията с бренд, съпоставена с реакцията им към същия елемент от маркетинг-микса на ненаименувана версия на продукта или услугата. Ако брендът отговори или надхвърли очакванията, се появява благосклонна нагласа към него и склонност да се купува и в бъдеще (Желев, 2010). От гледна точка на компанията брендът е актив (ресурс), който генерира прираст на паричния поток (Брестнишка, 2004), подобрява финансовите резултати на компанията (Kim et al., 2003), способства за понижаване на инвестиционните рискове (Rego et al., 2009) и за повишаване на акционерната стойност (Madden et al., 2002).

Според Балева (2008) терминът „бренд“ трябва да се разглежда като по-широк от понятието „търговска марка“, доколкото второто има главно юридически смисъл като предпоставка за правната закрила на марката. Търговската марка е тесният смисъл на понятието „бренд“ (Дъбева, 2012), един от неговите елементи (Любенов, 2015). Аналогична е и позицията на Трендафилов (2010), който отбелязва, че брендът е натоварен с много повече символи (социални, културни и личностни), той носи послания за споделени ценности и обещания за придадена стойност.

Въз основа на изложеното дотук приемаме, че търговската марка е механизъм за правна защита на бренда, потвърждаващ правото на компанията на собственост върху този нематериален актив, поради което трябва да се разглежда в по-широк смисъл от търговската марка. Той е ирационална категория, отразяваща определени социално-психологически особености на потребителите, които създават конкурентно предимство и добавена стойност за компанията³. Именно като такъв брендът представлява интерес за финансовото управление на компанията.

Брендът като фактор за ръст на стойността на компанията

Оценката на финансовата стойност на бренда е необходима на компанията с оглед постигането на редица различни цели:

Първо, законодателството на много страни позволява признаването на нематериалните активи в счетоводния баланс на фирмата, т.е. тяхното амортизиране би създало ръст на данъчния щит. Доколкото брендът е един от основните нематериалните активи, то оценката на стойността му е от ключово значение, защото допринася за повишаване на качеството на направените анализи и оценки на финансовото състояние на компанията, както и за яснота по въпроса къде се създава стойност в организацията.

Второ, процесът на оценка осигурява по-точна представа за силата на бренда, което на свой ред може да помогне при определяне на бъдещата маркетингова стратегия и за подсилване на продуктовото портфолио.

³ Потребителите разглеждат две разновидности на бренда: 1) *движени от разходите* (cost driven brands) – когато стойността на продукта на дадената компания е по-ниска от тази на конкурентите при идентичен продукт; 2) *движени от стойността* (value added brands) – когато продуктът притежава повече полезни свойства за потребителите, което позволява добавянето на ценова премия при запазване на нивото на разходите.

Трето, стойността на бренда може да се използва за измерване на ефективността на инвестициите. Оценяването на бренда, проведено съвместно с анализ на инвестициите, спомага за по-ефективното разпределяне на ресурсите и за коригиране на инвестиционната политика на компанията в краткосрочен и дългосрочен план.

Четвърто, акуратното измерване на стойността на бренда е много важно в случай на бизнес-комбинации, доколкото именно достъпът до нематериалните активи е водещият мотив зад редица сделки по сливане и придобиване (вж. Kumar et al., 2004). Познаването на подходите за разчет на стойността на бренда помага на акционерите на компанията-мишена да предотвратят цялостно подценяване на стойността на сделката и показва дали предложената оферта се нуждае от корекции.

Пето, стойността на бренда може да се използва в качеството на обезпечение за получаване на финансиране и за привличането на нови инвестиции, което да допринесе за създаването на конкурентно предимство в сектора.

Шесто, откриват се възможности за лицензионни споразумения, като по този начин компаниите реализират плановете си за международна експанзия.

За да се изясни ролята на бренда като фактор за ръст на стойността на компанията, ще бъде разгледана неговата ценност (brand equity). Според Keller (1998) субективната ценност на бренда се обуславя от натрупването на информация за марката, контакта с нея, опита с продуктите и емоциите, които тя предизвиква. Брендът се свързва с перцепциите на потребителя за полезност⁴ и ценност, подтиква към непрекъснатост на връзките, формира познание и така нараства неговата ценност. Както отбелязва Абаджимаринова (2006, с. 235), само брендове, които съумеят най-пълно и точно да изразят важни за своите потребители ценности се превръщат в силни брендове. Борисов (2006, с. 244) допълва и трите елемента, върху които трябва да се въздейства, за да се увеличи ценността на бренда: марковата известност, марковите асоциации и марковата лоялност. Концепцията за ценността на бренда обаче се ограничава до измерване на неговата важност за клиентите на компанията и не превръща абстрактните показатели в парична стойност.

Интерес тук представлява именно релацията между ценността на бренда и стойността на компанията, и по-конкретно финансовото проявление на ценността на бренда, което го материализира в стойност.⁵ Финансовата стойност

⁴ Полезността е отношението на индивида към отделното благо или към съвкупност от блага като към нещо, способно да задоволява неговите потребности. Ценността изразява стремението на хората да притежават нещата, които са полезни за тях, но са ограничени (вж. Минчев, 2012).

⁵ Стойността е икономическа категория, изразяваща определен обем разходи за производството на продукта, с отчитането на които се осъществява еквивалентен обмен на потребителската му ценност. Логическата верига в случая е следната: Носител на стойност е продуктът, съдържащ качествения признак полезност, поради което той притежава конкретна ценност за потребителя (вж. Касърова, 2008). От своя страна цената е сумата пари, която купувачът трябва да заплати на продавача, за да придобие даден актив, отнасяща се към определен момент от времето. Тази стойност се повлиява от конкретните пазарни настроения. В зависимост от финансовите възможности,

на бренда (brand valuation) го разглежда като финансов актив, който компанията може да признае в счетоводния си отчет. Според Beckmeier-Feuerhahn (1998, цит. в Zimmermann et al., 2001, p. 11) стойността на бренда е „икономически полезният и стойностно измерим ръст в настоящата и бъдещата стойност на услугите спрямо клиентите“. В допълнение Simon et al. (1992, p. 29) я определят като „сбор от настоящата стойност на всички бъдещи печалби, дължащи се само на бренда“. С други думи, може да се направи изводът, че ценността на бренда е ключов фактор за формиране на неговата финансова стойност, която от своя страна води до повишаване на стойността на предприятието за акционерите му (фиг. 2). Последната е водещата цел на компанията (Ненков, 2016).

Фигура 2

Верига на създаване на акционерна стойност
посредством бренд



Doyle (2001) идентифицира четири способа, чрез които брандът може да повиши стойността на компанията:

- *Увеличаване на паричните потоци в прогнозния период.* Паричният поток, създаван от бренда, зависи от четири фактора: цена, ръст, разходи и инвестиции. Повечето брендове реализират ценова премия спрямо цената на генерични продукти и по-високи темпове на растеж чрез създаване на нови продукти и разширяване на кръга от брендове. Освен това те имат по-ниски разходи благодарение на голямата покупателна способност и икономии от мащаба. Не на последно място, силните брендове са с малки инвестиционни нужди, доколкото икономии от мащаба понижават разходите за постоянен и оборотен капитал поради по-бързия оборот на запасите от готова продукция.
- *Увеличаване на паричните потоци в терминалния период.* Сред уникалните характеристики на бренда е и неограниченият период на съществуване, който удължава жизнения цикъл на продуктите. Допълнителна възможност за повишаване на паричните потоци на компанията е разширяването на асор-

мотиви или от особени интереси на конкретния купувач и продавач заплатената цена може да не съответства на стойността, приписвана на обекта от други заинтересувани страни.

тимента, а нивото на лоялност на потребителите към бренда позволява да се предскаже вероятността за успех.

- *Ускоряване на паричните потоци чрез реализирането им по-рано във времето.* Предвид стойността на парите във времето, по-ранното постъпване на парични потоци повишава стойността на бренда за акционерите. Особено забележим е този процес при провеждането на маркетингови кампании и внедряването на нови продукти на пазара, когато се наблюдава по-бърза потребителска реакция.

- *Намаляване на риска от бъдещите парични потоци (нормата на дисконтиране).* Силният бренд носи гаранция за относителна стабилност на бизнеса, което редуцира нивото на риска (изискуемата норма на доходност) и увеличава стойността на бренда. Стабилността осигурява устойчива пазарна позиция на бренда, предвид трудностите по копирането, защитната функция като бариера за навлизането на нови конкуренти и високите разходи за преминаване на лоялните потребители към други марки.

Подходи за оценка на стойността на бренда

Въпросът за управление и признаване на бренда е широко дискутиран както в академичните среди, така и сред практиците. Това резултира в появата на редица методологии за оценката на ценността на бренда и на финансовата му стойност, които намират израз в създаването на финансови, поведенчески, интегрирани и портфолио модели (Zimmermann et al., 2001). Обект на това изследване са финансовите модели, чието усъвършенстване според Salinas et al. (2009, p. 3) е движено от фактори като потвърждаване на цените на акциите, измерване на ефективността от маркетинговата дейност, търговията с брендове и управлението на данъците. Сред предимствата на тези модели е, че не изискват скъпи и времеемки усилия по събиране на външни данни, както и че са лесни за приложение. Като недостатък могат да се посочат счетоводната им перспектива, игнорирането на ролята на потребителите при генерирането на стойността на бренда, а в отделни случаи - и неотчитането на конкурентната среда.

Според Fernandez (2015) определящи при оценката на стойността на бренда са два ключови въпроса: за кого се извършва оценката и каква е нейната цел. Брендът възприема различна стойност за компанията, която го притежава, за предприятие с конкурентен бренд или за фирма, чийто бренд не се конкурира директно с оценявания. Освен това от изключителна важност е да се определи целта на оценката на финансовата стойност на бренда – дали е неговата продажба, събиране на роялти отчисления, признаването му в счетоводния баланс на компанията или нещо друго. Двата въпроса са взаимосвързани, тъй като компанията-купувач на активите и бренда би могла да ги използва по различен начин от мениджмънта на компанията-продавач, респ. да резултира в различна стойност на акциите и бренда.

Подходите за оценка на стойността на бренда, описани от Damodaran (2006), Cravens et al. (1999), Seetharaman et al. (2001) и Горанова (2015), са вариации на трите основни подхода за оценка на стойността на компанията:⁶ разходен, пазарен и доходен. По-нататък в рамките на всеки подход ще бъдат класифицирани методите за оценка, които ще бъдат критично разгледани. Целта на оценката на стойността на бренда, както и неговите характеристики идентифицират подходящите подходи и методи при всяка конкретна оценка.

Разходен подход

Подходът на разходите се базира върху идеята за нетна настояща стойност на активите, а стойността на оценяваната компания се изчислява като разлика между стойностите на активите и на задълженията. Този подход се реализира посредством два метода в зависимост от избраната времева перспектива:

- *Метод на историческите разходи*, при който разходите се оценяват по тяхната историческа стойност. Признават се всички разходи за създаване и популяризиране на бренда или на негов еквивалент - за научноизследователска и развойна дейност, за реклама и развитие, за артистичен дизайн и опаковка, за съдебна регистрация и защита. Damodaran (2006) определя този метод като най-лесен за приложение, доколкото изчисленията се извършват по стандартите на счетоводна отчетност, но отбелязва, че фактическите разходи рядко отразяват реалната пазарна стойност на актива. Във връзка с това се препоръчва коригиране на разходите по формирането на бренда с нормата на инфлация (Reilly et al., 1999). Някои недостатъци при използването на този метод провокират въпроси, засягащи периода, за който ще се признават разходите, както и структурата на съставляващите разходи и изчисляването на съответната норма на дисконтиране. Друга фундаментална слабост е погрешното схващане за наличието на права зависимост между средствата, инвестирани в бренда, и неговата сила. Опасенията на Sander (1994, цит. в Zimmermann et al., 2001, p. 34) се отнасят до някои силни брендове с относително по-малки инвестиции, което неименуемо ще подцени стойността им.

- *Метод на заместващите разходи*, който се фокусира върху настоящата стойност, или какво би било струвало сега създаването на еквивалентен бренд (Aaker, 1991). Предимство на този метод е, че той се опитва да преодолее недостатъците на метода на историческите разходи и отразява по-добре истинската стойност на бренда. Един от критичните му аспекти, предвид уникалността на оценявания бренд, е невъзможността за намиране на идентичен бренд за целите на установяване на заместващите разходи. Изследване на Andersen (1992, цит. в Bouteiller et al., 2010, p. 86) посочва, че на практика

⁶ Източниците реферират и четвърта група подходи, наречени „формулни“, които стъпват на много-критериална оценка за определяне на стойността на бренда (посредством оценка на неговите атрибути). Предвид силно комерсиалната им употреба от консултантски компании, тук те не са взети под внимание.

някои брендове може да са незаменими. Съмнения в достоверността на метода предизвикват също липсата на прозрачност и субективната експертна оценка на разходите.

Основният недостатък на разходния подход е, че пренебрегва потенциала за развитие на бренда. Освен това е по-целесъобразно оценяването на стойността на бренда да се извършва от гледна точка не на онова, което се потребява, а на онова, което се произвежда. В тази връзка е уместно твърдението на Карфегер (1998, р. 398), че печалбата възниква не от вложенията, а от доминиращата пазарна позиция. Ето защо резултатът от приложението на разходния подход обикновено се използва в качеството му на *долна граница на диапазона на стойността*. Това се дължи на факта, че значителна част от дългосрочните инвестиции, например ангажираността на служителите, повишените мерки за контрол на качеството, придобитите специализирани знания и опит, нямат парично изражение. Следователно методите на разходния подход не трябва да се прилагат като основни, а само в случаите на неотдавна възникнал вътрешногенериран бренд.

Пазарен подход

Този подход се основава на сумата, срещу която определен бренд може да бъде продаден. Продавачът ще продаде актива, ако стойността, която купувачът е склонен да плати, надвишава настоящите ползи от бренда. Стойността, определена с помощта на този подход, отразява в максимална степен цената, която един добре информиран купувач би бил склонен да заплати за придобиването на бренда въз основа на предлагането на подобни активи в същата индустрия. Пазарната стойност на съпоставимите активи (аналогични, но не идентични) е само отправна точка, предвид осъществяването на корекции за отчитане на специфичните особености на оценявания актив.

Пазарният подход се реализира посредством два метода:

- *Метод на сравнителните сделки*, който определя стойността на бренда в сравнение с действителни пазарни транзакции, засягащи подобни брендове. Предимството на този подход е използването на достъпна и надеждна информация за скорошни транзакции. Оценката на стойността на бренда по такъв начин ще бъде по-точна, колкото по-голямо е сходството между оценяваната компания и аналога по отношение на показатели като структура на активите, финансови индикатори и сила на бренда. За успешното прилагане на този метод са необходими следните предпоставки: съществуващ и активен пазар, яснота за времето на осъществяване на транзакцията, наличие на достатъчен брой транзакции с аналогични активи и независимост на участниците (Hangelin, 2002, цит. в Nitu, 2012, р. 254). Трудности при прилагането на метода провокират индивидуалните характеристики на всеки бренд, поради което намирането на аналози е сложна задача. Освен това пазарната цена на подобни сделки включва материални активи, синергийни ефекти, както и специфичните цели на купувача. В допълнение Salinas et al. (2009, р. 5) отбелязват, че сделки с нематериалните активи не се извършват често, а информацията за стойността им почти винаги е

поверителна. Ето защо резултатите от приложението на пазарния подход се смятат за приблизителни (Sander, 1994, цит. в Zimmermann et al., 2001, p. 33).

• *Метод на сравнителен мултипликатор*, който се основава на предположението, че брeнд-компанията и генеричният ѝ аналог са публично търгувани. Предвид възможната разлика в мащаба между двете компании, не се съпоставят пазарните им стойности, а пазарни мултипликатори. За целите на оценката на стойността на брeнда се използва определен финансов индикатор (FI) и съответният пазарен мултипликатор, който най-често представлява съотношението между стойността на компанията и нетната печалба (EV/E), стойността на компанията към приходите от продажба (EV/S) и стойността на компанията към балансовата стойност на собствения капитал (E/BV). Едно от предимствата на силния брeнд е, че предприятията могат да постигнат по-висока цена за същия продукт, което води до по-големи маржове на печалбата, по-високи пазарни мултипликатори и пазарна стойност (Ghosh Ray, 2013). Ако брeндът е единствената разлика между две фирми, то пазарният мултипликатор на брeнд-компанията ще бъде по-висок, отколкото на генеричната, а стойността на брeнда ще се изчислява по следния начин (Damodaran, 2006):

$$V_{Brand} = [(EV/FI)_{Brand\ Company} - (EV/FI)_{Generic\ Company}] * FI_{Brand\ Company} \quad (1)$$

Или, ако се използва пазарният мултипликатор „стойност на компанията към приходи от продажба“ (EV/S), записът добива вида:

$$V_{Brand} = [(EV/S)_{Brand\ Company} - (EV/S)_{Generic\ Company}] * S_{Brand\ Company} \quad (2)$$

Методът на сравнителният мултипликатор нагледно демонстрира икономическата същност на предимствата от притежаването на брeнд. Разликата между доходността на брeнд-компанията и генеричната фирма говори за по-ефективната работа на ресурсите на първата, съответно и за по-високата добавена стойност за акционерите. Методът има няколко ценни предимства. *Първо*, той интегрира пазарния и доходния подход, което отчасти решава проблема с неточната оценка, изготвена въз основа на исторически данни. *Второ*, методът прилага финансови индикатори, което го прави достъпен за външни ползватели. *Трето*, той е по-малко трудоемък в сравнение с доходния подход, тъй като използва пазарни стойности наготово. В същото време оценката, изготвена в съответствие с този метод, е силно зависима от параметрите на външната среда (финансови индикатори, пазарни флуктуации, съответствие на жизнения цикъл на сравняваните компании и др.). Използвайки разликата в мултипликаторите на две компании, Salinas (2011, p. 26), предполага еднакъв обем продажби. Вероятността това да е така в действителност е малка. Не на последно място, изчислена по този начин, стойността на брeнда не дава информация за ключовите фактори на стойността.

Доходен подход

Това е основният и смятан за най-точен при оценката на финансовата стойност на брeнда подход. Той предполага оценка на очакваните парични

потоци след плащане на данъци, получени от брeнда през остатъка от полезния му живот и дисконтирането им до настоящия момент. Този подход е един от най-трудоемките, предвид високите изисквания за качеството на входните данни. Приложението му изисква да се отчитат редица икономически променливи, свързани с нематериалните активи (Reilly & Schweih, 1999), като способност за генериране на доход, очакван полезен живот на активите и цена на капитала, отразяваща риска, асоцииран с инвестициите в нематериални активи. Всички тези променливи се отчитат косвено в другите разгледани методи, но тук те се адресират директно. При съпоставка на получената стойност с пазарната, собственикът на брeнда може да оцени очакваните ползи от предприетите действия. Като трудност Damodaran (2006, p. 12) посочва отделянето на приноса на брeнда от другите фактори, които влияят върху паричния поток на компанията, например пазарната сила, репутацията или качеството на предлаганите услуги. Това е сложна задача и всяка неточност би довела до изкривяване на крайната стойност. Необходимо е да се отчита и фактът, че пазарът не е еднороден и отделните индустрии може силно да се различават по доходност. На някои пазари дори силен брeнд не гарантира висока печалба, а на други е възможно слаб брeнд да постигне прилична печалба.

Сред методите за реализиране на доходния подход са:

- *Метод на ценова премия* – базира се на презумпцията, че някои от характеристиките на брeнда като качество, разпознаваемост и сила ще позволят на компанията да наложи ценова премия. Калкулира стойността на брeнда като произведение между ценовата разлика на брeндирания и генеричния продукт (Price Premium) и обема на продажбите на брeнд-компанията (S_{Brand}).

$$V_{Brand} = Price\ Premium * S_{Brand} \quad (3)$$

В редките случаи, когато отсъства ценова разлика, стойността на брeнда се определя на основата на разликата в обема продажби в парично изражение. Методът използва конджойнт анализ, целящ да установи относителната значимост, която потребителите отдават на отделните продуктови характеристики (в т.ч. на брeнда), и склонността им да заплатят за тях (Горанова, 2015). Предимството на статистическите методи е намаляването на степента на субективност при оценката, но такава все пак присъства при подбора на продуктовите характеристики. Не бива да се пренебрегва и фактът, че конджойнт анализът се основава на схващането за отсъствие на взаимно влияние между брeнда и останалите продуктови характеристики (Zimmermann, 2001). Методът на ценовата премия може да се окаже неприложим при компании с пакетни продукти поради трудности при съпоставянето с конкурентите. Освен това той игнорира брeнд-продукти, които генерират печалба за сметка на оптимизиране на разходите и обема на производството. Cravens et al. (1999, p. 59) отбелязват, че методът може да доведе до надценяване на малки брeндове с висока ценова надценка и да подцени големи по обем брeндове, но с по-ниска ценова надценка.

• *Метод на сравнение на брутния марж и др.* В тази категория попадат няколко метода. Те се базират на разликите между брутния марж на печалбата, оперативната печалба (*EBIT*), възвръщаемостта на инвестициите (*ROI*), възвръщаемостта на активите (*ROA*) и икономическата добавена стойност (*EVA*). Основното схващане тук е, че брeнд-продуктите осигуряват по-висока доходност, респ., оценявайки „излишната“ бъдеща доходност, може да се оцени финансовата стойност на брeнда (Aaker, 1991). Тя се изчислява като произведение от разликата на съответния финансов индикатор между брeнд-компанията и средната му стойност за сравними конкурентни компании със съответния финансов индикатор на брeнд-компанията. Като положителна страна на метода Salinas et al. (2009, p. 10) посочват отчитането на повече конкурентни предимства - не само икономии от мащаба и ценовата премия, но и по-ниските промоционални, административни и други разходи (извън себестойността на продажбите). Освен това тази категория методи работят с достъпна информация и са лесни за приложение. Предвид счетоводната природа на индикаторите обаче, при оценката е необходимо да се потвърди сходство в третирането и класифицирането на позициите. Остава и трудността с намирането на компании-аналози от същата индустрия, с близки стойности на активите или капиталова структура.

• *Метод на спестените роялти (Royalty Relief)*, който е най-популярен в практиката⁷. Smith et al. (2000, p. 222) дефинират стойността на брeнда като транзакционната сума, която би била платена по лицензионно споразумение за получаването на права върху (подобен) брeнд, ако компанията не притежава съответния брeнд. Методологията се базира на оценката на вероятните бъдещи доходи (3 - 5 години), подходяща ставка на роялти за трансфер на аналогичен брeнд, очакван темп на растеж, икономически полезен живот и дисконтовата норма. Чрез дисконтиране на потока от лицензионните такси към настоящия момент се определя стойността на брeнда. Ключов момент при възприемането на този метод е определянето на размера на периодичните отчисления (роялти) (Борисов, 2006, с. 346). Той зависи от силата на брeнда, жизнения цикъл на продукта, екзлузивитета, продължителността на споразумението и съответните маржове на националния пазар. Според правилото на Goldscheider et al. (2002, цит. в KPMG, 2012, p. 8) нормата на периодичните отчисления може да се определи на 25% от очакваната оперативна печалба на лицензианта. Стойността на брeнда, изчислена посредством този метод, е обвързана със специфичните характеристики на индустрията и текущите лицензионни практики. Освен това методът е далеч по-малко субективен и е по-лесен за приложение в сравнение с предишната категория, поради което е възприет от редица финансови институции. Същевременно той не е лишен и от някои недостатъци, тъй като получената величина не отчита добавената стойност от притежаването на съответния

⁷ Методът е рефериран в Международните оценителски стандарти (МСО 211) като метод на спестените роялти, понякога наричан „метод на облекчението от роялти“. Борисов (2006) го реферира като метод на лицензионните такси.

бренд. На практика по-голям дял в оценката посредством този метод има стойността от следпрогнозния период (терминалната стойност). Salinas et al. (2009) изтъкват и проблема с разграничаването на частта от транзакционната сума, която се дължи на използване на брeнда, и тази, която е за използването на патенти, авторски права, ноу-хау и др.

В табл. 1 са обобщени някои ключови характеристики на разгледаните подходи и методи за оценка на финансовата стойност на брeнда.

Таблица 1

Сравнителна характеристика на подходите за оценка на стойността на брeнд

Подход	Метод	Трудност	Субективност	Времева перспектива	Надеждност
Разходен	Метод на историческите разходи	Висока	Средна	Минало	Средна/Ниска
	Метод на заместващите разходи	Висока	Средна	Настояще	Средна
Пазарен	Метод на сравнителните сделки	Висока	Ниска	Настояще	Средна/Висока
	Метод на сравнителен мултипликатор	Ниска	Ниска	Настояще	Средна
Доходен	Метод на ценова премия	Средна	Средна	Бъдеще	Средна/Висока
	Метод на сравнение на brutния марж и др.	Ниска	Ниска	Бъдеще	Средна/Висока
	Метод на спестените роялти	Средна	Ниска	Бъдеще	Висока

Изборът на конкретен метод(и) за оценка на стойността на брeнда зависи от няколко фактора: достъпа до информация, конкретната цел на оценката, приемливата степен на субективност и желаната времева перспектива. *Подходът на разходите* е най-консервативният и осигурява най-малко ориентирана към бъдещето информация, която да е полезна в процеса на управление на брeнда. Методите на *пазарния подход* предполагат пазарни данни за транзакции с аналози, които на практика отсъстват, а стойността им включва синергията и конкретните стратегически планове на купувача. Имайки предвид, че брeндът генерира бъдещи икономически ползи и вземайки под внимание неопределения му полезен живот, смятаме, че най-подходящ за определяне на стойността му е *доходният подход*. Той използва стойността на парите във времето, парични потоци, които не са изложени в такава степен на счетоводни аномалии, и гледайки към бъдещето, избягва много от проблемите, асоциирани със зависимостта от разходите.

Предизвикателства пред оценката на стойността на брeнда

Широкото разнообразие от алтернативни методи за определяне на финансовата стойност на брeнда и разнородните им резултати затрудняват избора на най-подходящ от гледна точка на управленския процес. При отсъствието на активен пазар за брeндове оценката на достоверността на моделите не

може да бъде емпирично проверена, а много от практическите модели остават търговска тайна и не са отворени за академичен дебат. Все още няма консенсус за единна оценителна методология и нито един метод не може да се смята за напълно теоретично валиден или емпирично потвърден (вж. Barwise et al., 1989). Дискусия предизвикват въпросите относно нематериалното естество на бренда, разграничаването на приноса му, прогнозите за бъдещата доходност на компанията и субективизма, който е елемент от всеки етап на процеса по оценката.

Въз основа на сравнителната характеристика на разгледаните методи могат да се изведат следните предизвикателства пред оценката на финансовата стойност на бренда:

- *Определяне на приноса на бренда в стойността* – икономическата печалба на компанията се генерира съвкупно от всички материални и нематериални активи. Разграничаването на приноса на бренда най-често се прави на базата на оценките на потребителите за неговата сила.⁸ За да се редуцира субективността, избраният способ трябва да е логичен, прозрачен и до известна степен статистически валиден.

- *Определяне на очаквания полезен живот на актива* – анализаторът трябва да моделира полезния икономически живот на бренда, през който той ще създава стойност за компанията (Salinas et al., 2009). Това обикновено се извършва чрез фиксиран период на дисконтирани парични потоци плюс перпетюитет или приложението на мултипликатор към дела на икономическата печалба, създадена от бренда. Необходимо е да бъдат взети предвид фактори като жизнения цикъл на продукта, риска от технологично, културно и функционално остаряване и др.

- *Оценка на влиянието на външната среда* – отчита се въздействието върху ефективността на бренда на факторите извън контрола на компанията - правителствени регулации, лицензионни споразумения, неочаквана конкурентна реакция, политически събития и др. Те трябва да бъдат взети под внимание при цялостната оценка на риска.

- *Определяне на подходяща дисконтова норма* – най-често в практиката се използва среднопретеглената цена на капитала (*WACC*). В случай обаче, че рискът на активите е по-висок или по-нисък от цялостния риск на компанията, *WACC* ще надцени/подцени изискуемата доходност на бренда. Имайки предвид, че повечето нематериални активи са финансирани със собствени средства, Smith et al. (2000) предлагат използването на финансово независима цена на собствен капитал. Алтернативен подход на заместване на *WACC* със среднопретеглената възвръщаемост на активите (*WARA*) е предложен от Smith et al. (2005, цит. в Schauten, 2008, p. 159). Преработената от Schauten версия на

⁸ Съществува многообразие от подходи за оценка на силата (качествата) на бренда, например методологията на „Interbrand“, A. C. Nielsen, McKinsey и др.

WARA използва WACC преди данъци и разделя активите на компанията на четири категории: парични активи (*MA*), дълготрайни материални активи (*TFA*), нематериални активи (*IA*) и данъчен щит (*PVTS*). Записът е следният:

$$WACC = r_{Equity} * \frac{E}{E+D} + r_{Debt} * \frac{D}{E+D} = WARA = r_{MA} * \frac{MA}{V_L} + r_{TFA} * \frac{TFA}{V_L} + r_{IA} * \frac{IA}{V_L} + r_{PVTS} * \frac{PVTS}{V_L}, \quad (4)$$

където: r_{debt} е лихвеният процент по дълга; r_{equity} - изискуемата доходност от акционерите; D - стойността на дълга; E - стойността на акционерния капитал; V_L - стойността на обединената компания; r_{MA} - изискуемата доходност на паричните активи; r_{TFA} - изискуемата доходност на *ДМА*; r_{IA} - изискуемата доходност на нематериалните активи; r_{PVTS} - изискуемата доходност на данъчния щит.

Или изискуемата възвръщаемост на нематериалните активи може да бъде изведена от формула (4), както следва:

$$r_{IA} = \frac{WACC - r_{MA} * \frac{MA}{V_L} - r_{TFA} * \frac{TFA}{V_L} - r_{PVTS} * \frac{PVTS}{V_L}}{\frac{IA}{V_L}} \quad (5)$$

Изчислената по този начин изискуема доходност на нематериалните активи ги разглежда като придобити само със собствен капитал. Който и от подходите за определяне на дисконтовата норма да се избере, той трябва да бъде добре аргументиран. Не на последно място, трябва да се избягва двойното отчитане на специфичния риск за бренда както в паричните потоци, така и в дисконтовата норма.

- **Определяне на темпа на растеж** – допустимо е краткосрочният темп на ръст на компанията да надвишава средния за последните няколко години само ако има надеждна обосновка. По правило дългосрочните темпове на растеж не са особено надеждни, поради което, за да се избегне свръхпозитивизъм, е необходимо да се придържаме към темпа на растеж на БВП, коригиран с нормата на инфлацията.

- **Определяне на стойността на множество брендове** – оценката на стойността на бренда е най-лесна за компании с една продуктова линия и едно конкурентно предимство (Damodaran, 2006). При фирми, опериращи на множество пазари, сектори, с портфолио от брендове, тя значително се усложнява. Възможно решение е оценката на извадка от представителни пазари, сектори и брендове и екстраполирането на обща стойност на бренда.

Можем да обобщим предизвикателствата при приложението на подходите за оценка на стойността на бренда в три основни категории: управленски, технически и интерпретационни грешки.

Управленските грешки могат да повлияят негативно върху достоверността на оценката на финансовата стойност на бренда, още преди тя фактически да се реализира. Най-често липсва ясна дефиниция за същността на бренда, което размива границите на използвания метод за оценка. Друг пропуск, провокиран от желанието за секретност, е непознаването на целта на оценката. Когато тя се извършва за потенциален купувач, който ще използва бренда в нови сектори и за

нови продукти, това неименуемо оказва влияние върху очакваните печалби, респ. върху стойността му. Към управленските предизвикателства можем да посочим и negliжирането на ролята на маркетинговия отдел в хода на оценката. Често оценката на стойността на бренда погрешно се възприема като прерогатив на финансовия отдел на компанията, което не позволява добро разбиране за корпоративната стратегия, правния статус на бренда и факторите, влияещи върху него.

Техническите грешки се базират върху концептуални пропуски в използваните подходи и методи за оценка на стойността на бренда. Пример за такава е погрешното схващане, че свръхпечалбата на компанията се дължи единствено на бренда. Правилният подход тук е да се разграничи ясно приносът на материалните и нематериалните активи и на бренда като елемент на вторите. Сред пропуските е и пренебрегването на факта, че стойността на бренда е силно свързана с тази на съответния бизнес. Като част от него лимитът на стойността на бренда се определя от стойността на бизнеса, т.е. тя не може да бъде по-висока от стойността на дадения бизнес. Често технически грешки се наблюдават и при разграничаване на стойностите на продуктивния и на корпоративния бренд (особено в случаите на монолитна архитектура на бренда). Не на последно място, значителни изкривявания в стойността на бренда могат да настъпят при осредняването на стойностите от приложението на няколко метода. Оптималният вариант би бил прилагането на най-подходящия метод с оглед конкретната цел на оценката и избягването на осредняването на твърде различни заключения за стойността.

Наред с управленските и концептуалните грешки, които повлияват върху точността на оценката на стойността на бренда, грешки могат да настъпят и при *интерпретацията на резултатите*. Най-честата такава е твърдението, че оценката отразява фактическата стойност на актива, а не просто експертно мнение за стойността му към даден момент, базирано на серия от хипотези, отчитащи конкретните цели и потребители на крайния резултат. Объркване поражда и разграничението между оценката на финансовата стойност на бренда (brand valuation) и оценката на ценността му (brand equity). Както беше отбелязано, първата визира финансовата (икономическата) стойност на бренда, а втората засяга субективната оценка за неговата сила, основана на набор от характеристики, свързани с потребителското възприятие. Аналогично, погрешно е и схващането, че брендът е най-стабилният актив на бизнеса, чиято волатилност е по-ниска от тази на цените на акциите. Това е трудно доказуемо емпирично, предвид отсъствието на активен пазар на брендове, липсата на консенсусна методология за оценка и зависимостта от волатилността на конкретния бизнес.

Въпреки изброените предизвикателства избраният метод за оценка на финансовата стойност на бренда трябва да бъде репликиран достатъчно често във времето и да позволява осъществяването на мониторинг на стойността. Промени в метода (методите) трябва да се прилагат само ако приближават

стойността на бренда до справедливата му пазарна стойност. За целите на стратегическото управление на компанията е необходимо избраната методология за оценка да спомага за идентифицирането на ключовите фактори на стойността.

Практическо приложение на метода на спестените роялти

С цел практическо онагледяване на оценката на финансовата стойност на бренда по-нататък ще приложим един от методите на доходния подход, посочен като най-предпочитан в практиката - метода на спестените роялти. Обект на оценката е „Арома“ АД, водещ европейски производител на козметика и парфюмерия с дългогодишни традиции. Компанията се отличава с успешно управление на широк продуктов асортимент в различни продуктови категории и с висока степен на разпознаваемост на търговските ѝ марки както в България, така и в чужбина.

Таблица 2

Основни финансови показатели на „Арома“ АД (хил. лв.)

Показател	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Общо активи	41635	38 252	38 648	36 244	37 313
Нетекущи активи	19 550	21 914	22 628	23 052	23 423
Нематериални активи	769	618	629	525	559
Собствен капитал	25 363	21 048	22 400	23 840	25 047
Акционерен капитал	15 492	15 492	15 492	15 492	15 492
Приходи от продажби	30 923	27 423	26 602	28 233	28 902
Печалба от дейността	598	1084	1407	1647	2100
Нетна печалба	465	968	1315	1467	1694

В табл. 2 са представени някои основни финансови индикатори на оценяваната компания за периода 2011-2015 г. на базата на консолидиран финансов отчет. Данните показват спад в активите на компанията с 10,38%. Известно намаление се наблюдава и при нетните приходи от продажби, но за сметка на това дружеството ефективно управлява разходите си и успява да отбележи ръст на печалбата от дейността през 2015 г. с 3,51 пъти спрямо тази в началото на периода. Тук интерес представлява делът на нематериалните активи, представени от програмни продукти, търговски марки и други неклассифицирани нематериални активи. Той е незначителен и се колебае между 2 и 4% от нетекущите активи, или около 1,5% от сумата на всички активи на компанията. Твърде ниските стойности се обясняват с наличието на разходи, които не са част от цената на придобиване на нематериалния актив, а са предмет на текущите разходи на компанията.

Настоящата оценка на финансовата стойност на бренда на „Арома“ АД има редица *ограничения*, доколкото се основава на много ключови допускания за бъдещото развитие на компанията. Ето защо относно нейната точност

трябва да бъде приложена известна толерантност. Тъй като специфичната политиката на компанията по отношение на търговските ѝ марки, конкретните планове за растеж на дейността, данните за цената на капитала и др. не може да се отчете, използвайки само официална информация за дружеството, те ще бъдат заменени с показатели на база средноотраслови данни.

Приложението на метода освобождение от роялти предполага, че финансовата стойност на брeнда (V_{Brand}) е сбор от настоящата стойност на периодичните отчисления през прогнознния период⁹ и настоящата стойност на отчисленията от следпрогнознния период (терминална стойност). Или стойността на брeнда добива следния математически запис:

$$V_{Brand} = \frac{R_1}{(1+r_{Equity})} + \frac{R_2}{(1+r_{Equity})^2} + \dots + \frac{R_{End of explicit period}}{(1+r_{Equity})^n} + \frac{R_{End of explicit period} * (1+g)}{(1+r_{Equity})^n * (r_{Equity} - g)} \quad (6)$$

където: $R_{1,2}$ е периодичното отчисление (роялти) през първата, втората и т.н. години; $R_{End of explicit period}$ - периодичното отчисление през последната година от прогнознния период; r_{equity} - изискуемата доходност на собствения капитал; g - очакваният темп на ръст в следпрогнозен период; n - брой години.

За целите на оценката прогнознния период е фиксиран на пет години (най-често използван в практиката). Имайки предвид, че към момента на оценката годишният финансов отчет за 2016 г. на дружеството не е наличен, то годината се приема за първа от петгодишния прогнозен период. Очакваните стойности на печалбата от дейността през прогнознния период са изчислени на базата на очакван фундаментален темп на ръст на печалбата от дейността за европейски компании, опериращи в сектор „продукти за здраве“, от 6,59% (Damodaran, 2016a). За изчисляване на терминалната стойност на периодичните отчисления е използван редуциран темп на ръст 2%. Паричният размер на периодичните отчисления е разчетен с приложението на универсалната норма на Goldscheider et al. на 25% от очакваната печалба от дейността на компанията.

В качеството на дисконтова норма е използвана изискуемата доходност на собствения капитал (R_{Equity}), следвайки логиката, че нематериалните активи на компанията са придобити именно със собствени финансови ресурси. Конкретният подход за изчисляване на R_{Equity} се базира на изискуемата доходност на собствения капитал в съответния сектор на един развит пазар (Западна Европа) и прибавянето на две допълнителни премии, отчитащи страновия и специфичния риск на инвестицията. Или:

$$r_{Equity} = r_{Equity(Europe)} + CRP_{BG} + SRP \quad (7)$$

където: r_{Equity} е изискуемата доходност на собствения капитал (Европа, сектор „продукти за здраве“); CRP_{BG} - премията за странови риск (България) и SRP - премията за специфичен риск.

⁹ Хипотетичните разходи за роялти в прогнознния период се коригират за данъчни цели и се дисконтират към настоящата им стойност.

Изчислена по този начин, изискуемата доходност на собствения капитал възлиза на 15,23%.¹⁰ Разчетът на финансовата стойност на брeнда на „Арома“ АД е представен в табл. 3. Така получената оценка на финансовата стойност на брeнда съставлява приблизително 24% от пазарната капитализация на компанията (17 815 603 лв. към декември 2016 г.).¹¹

Таблица 3

Приложение на метода на спестените роялти
върху „Арома“ АД (хил. лв.)

Показател	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Печалба от дейността	2238	2386	2543	2711	2889
Периодични отчисления (роялти)	560	596	636	678	722
Данък (10%)	56	60	64	68	72
Нетно периодично отчисление	504	537	572	610	650
Настояща стойност на периодичните отчисления	437	404	374	346	320
Сума на настоящата стойност на периодичните отчисления	1881				
Терминална стойност	2467				
Стойност на брeнда	4348				

Както е известно, разликата между балансовата стойност на акционерния капитал и пазарната капитализация на компанията се дължи на стойността на всички нематериални активи и репутацията на бизнеса, т.е. стойността на брeнда е само един от компонентите на тази разлика. В конкретния пример за „Арома“ АД се вижда, че изчислената финансова стойност на брeнда превишава 1,87 пъти разликата между пазарната и балансовата стойност на капитала на компанията. Според нас причината за това, от една страна, е отсъствието на брeнда от счетоводните отчети на компанията, доколкото в тях е призната само стойността на търговските марки (разходи, отговарящи на критериите за признаване), а от друга, подценяването на пазарната стойност на акциите на дружеството, дължащо се на цялостната нагласа на инвеститорите за избягване на инвестиции в български акции.

Верифицирането на изчислената стойност на брeнда на „Арома“ АД няма как да бъде проведено, доколкото отсъства реална финансова транзакция. Освен това брeндовете се търгуват като част от активите на целия бизнес, а

¹⁰ Изискуемата доходност на собствения капитал за европейски компании, опериращи в сектор „продукти за здраве“, за 2016 г. възлиза на 9,52% (вж. Damodaran, 2016b). Премията за странови риск за България е в размер на 2,71% (вж. Damodaran, 2016c). Премията за специфичен риск се налага поради малкия размер на българските компании и за целите на настоящата оценка приемаме, че тя е 3% (вж. Ненков, 2016, с. 63).

¹¹ За сравнение средната стойност на дела на стойността на брeнда в пазарната капитализация на топ 10 компаниите в класацията на „Interbrand“ за 2013 г. е 30,5% (вж. WIPO Economics & Statistics Series, 2013).

независими продажби на бренд се реализират много рядко. Дори и в тези случаи стойността на бренда не се определя от пазара, а от неговата ценност за конкретния купувач. Ето защо изчислената от нас стойност на бренда е само едно мнение за стойността му, основано на редица допускания и малко или много е приблизителна.

В обобщение при практическото приложение на метода на спестените роялти се сблъскахме с някои предизвикателства.

Първо, предвид външния характер на оценката в качеството на норма за изчисляване на периодичните отчисления (роялти) на бизнеса, беше приложена универсална норма, която не позволява да се отчетат спецификите на лицензионните споразумения в съответната индустрия.

Второ, поради многообразието от подходи за изчисляване на цената на капитала, в частност на изискуемата доходност на собствения капитал, е налице субективизъм при избора на дисконтовата норма, с която се сконтират очакваните периодични отчисления. Високата волатилност на цените на акциите на формирация се български капиталов пазар налага използването на данни за зрял, развит пазар след известни корекции.

Трето, значителен дял (57%) от финансовата стойност на бренда на „Арома“ АД се дължи на терминалната стойност на периодичните отчисления, което е фундаментална слабост на избрания метод. Тя се основава на виждането на маркетингозите за безкраен живот на бренда. От счетоводна гледна точка обаче търговската марка е актив с ограничен полезен живот, което поставя под съмнение проектирането на периодичните роялти отчисления до безкрайност. Компромисният вариант тук е възможността за неограничен брой пъти подновяване на правната закрила (респ. и счетоводното признаване) на търговската марка.

*

Нарастващата роля на бренда определя широк кръг от области, използващи оценката на финансовата му стойност като един от най-важните активи на компанията. Тя се прилага при планирането на сделки по сливания и придобивания, в процеса на стратегическото управление на дружеството, в хода на данъчното облагане, счетоводството, дейности по лицензиране и франчайзинг, в отношенията с инвеститори и кредитори.

Трудностите по определяне на финансовата стойност на бренда започват още с дефиницията за бренд. Формално всяка компания може да регистрира запазена марка, но този акт не създава автоматично бренд. Той е адресант на обещание за придобиване на ползи и принадлежна стойност и като такъв представлява ценен актив за компаниите, формиращ значителен дял от пазарната им стойност. Поради това е още по-важно брендът да бъде ключов обект на внимание от страна на мениджърите, доколкото наличието и ефективното му използване създава добавена стойност за компанията, ускорявайки или намалявайки риска на бъдещите парични потоци.

Съществуващото многообразие от методи за оценка на финансовата стойност на бранда често води до разнородни резултати, предвид серията от субективни параметри и преценки. Ето защо изборът на конкретен метод(и) зависи от целите на дадената оценка, специфичните характеристики на бранда, както и от разполагаемата информация и перспективата, от която се извършва оценката.

Използвана литература

- Ададжимаринова, Р.* (2006). Търговска марка - бранд. С.: „Сиела“.
- Балева, В.* (2008). Търговска марка и/или бранд (brand). - Икономически алтернативи, N 2, с. 15-23.
- Борисов, Б.* (2006). Интелектуалната собственост на индустриалната фирма. С.: УИ „Стопанство“.
- Брестничка, Р.* (2004). Управление на търговските марки. С.: УИ „Стопанство“.
- Георгиева, Р.* (2011). Патентните и лицензионните стратегии в управлението на индустриалните фирми. - Икономическа мисъл, N 6, с. 39-65.
- Горанова, П.* (2015). Анализ на методите за оценяване на стойността на марката. - Бизнес управление, N 2, с. 5-34.
- Дъбева, Т.* (2012). Някои особености на бранда и брендинга в хотелиерството. - Култура и образование, N 4, с. 33-47.
- Желев, С.* (2010). Сегментация на потребителите според привързаността им към бранда и склонността им за превключване към конкурентни брандове (Концептуална и методическа рамка). - Икономически алтернативи, N 2, с. 11-18.
- Касърова, В.* (2008). Управление на стойността - Нова управленска концепция, Финансови иновации: Изследвания и практики. С.: НБУ, с. 29-62.
- Любенов, Л.* (2015). Брандиране на земеделски продукти. - Икономически изследвания, N 4, с. 138-159.
- Минчев, Д.* (2012). Ценността като единство на полезност и стойност. - Икономически изследвания, N 4, с. 47-78.
- Ненков, Д.* (2016). Политика на растеж и създаване на стойност в компаниите. - Икономически изследвания, N 4, с. 36-65.
- Трендафилов, Д.* (2010). Търговската марка като икономическа стойност и знак. Позиционирането като инструмент за създаване на отличимост. *Studia Semiotika*, НБУ: Център за семиотични изследвания, http://ebox.nbu.bg/semiotika10/view_lesson.php?id=171udia (последно посетен на 10 януари 2017).
- Международен счетоводен стандарт 38 Нематериални активи, приет с Регламент (ЕО) №1126/2008 от 03.11.2008 г., последно изм. Регламент (ЕС) N 2016 / 1905 от 22.09.2016 г.
- Съвет за международни стандарти за оценяване (2011). Международни стандарти за оценяване, <http://private.ciab-bg.com/uploads/common/961fh8s023zbyctd.pdf> (последно посетен на 19 януари 2017).

Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Value: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.

Barwise, P., C. Higson, A. Likieman, P. Marsh (1989). *Accounting for Brands*. The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, <http://faculty.london.edu/chigson/profile/pdfs/accounti.pdf> (последно посетен на 13 юни 2016).

Bouteiller, C., C. Karyotis (2010). The evaluation of intangibles: introducing the optional capital. - *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 7, Issue 4, p. 85-92.

Cravens, K., C. Guilding (1999). Strategic brand valuation: A cross-functional perspective. - *Business Horizons*, Vol. 42, Issue 4, p. 53-62.

Damodaran, A. (2016a). Fundamental Growth Rate in EBIT by Industry, Europe, http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/data.html (последно посетен на 12 декември 2016).

Damodaran, A. (2016b). Costs of Capital by Industry Sector, Europe, http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datacurrent.html (последно посетен на 12 декември 2016).

Damodaran, A. (2016c). Risk Premiums for Other Markets, http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datacurrent.html (последно посетен на 12 декември 2016).

Damodaran, A. (2006). *Dealing with Intangibles: Valuing Brand Names, Flexibility and Patents*, Stern School of Business, <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/pdfiles/papers/intangibles.pdf> (последно посетен на 13 юни 2016).

Doyle, P. (2001). Shareholder-value-based Brand Strategies. - *Brand Management*, Vol. 9, N 1, September, p. 20-30.

Fernandez, P. (2015). Valuation of Brands and Intellectual Capital, <http://ssrn.com/abstract=270688> (последно посетен на 14 юни 2016).

Ghosh Ray, K. (2013). *Mergers and Acquisitions: Strategy, Valuation and Integration*. PHI Learning Private Limited.

Haigh, D., J. Knowles (2004). How to define your brand and determine its value. - *Marketing Management*, May/June, Vol. 13, Issue 3, p. 22-28.

Kapferer, J. N. (1998). *Strategic Brand Management* (2nd ed.). London: Kogan Page.

Keller, K. L. (1998). *Strategic Brand Management. Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity. - *Journal of Marketing*, Vol. 57, January, p. 1-22.

Kim, H., W. G. Kim, J. A. An (2003). The effect of consumer based brand equity on firms' financial performance. - *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 20 Issue 4, p. 335-351.

Kumar, S., and K. Blomqvist (2004). Making brand equity a key factor in M&A decision making. - *Strategy & Leadership*, Vol. 32, N 2, p. 20-27.

Lev, B., and P. Zarowin (1999). The Boundaries of financial reporting and how to extend them. - *Journal of Accounting Research*, Autumn, p. 353-385.

Madden, T. J., F. Frank, F. Susan (2002). Brands Matter: An Empirical Demonstration of the Creation of Shareholder Value Through Brands, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=346953 (последно посетен на 12 юни 2016).

Nitu, V. (2012). The Evaluation Of Intellectual Property Using Quantitative Methods. Academy of Economic Studies Bucharest, <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1420121/22.pdf> (последно посетен на 17 юни 2016).

Rego, L. L., M. T. Billett, N. A. Morgan (2009). Consumer-Based Brand Equity and Firm Risk. - *Journal of Marketing*, Vol. 73, November, N 6, p. 47-60.

Reilly, R. F. and R. P. Schweih (1999). Valuing Intangible Assets. New York: McGraw-Hill

Salinas, G. (2011). The Brand Valuation Minefield – avoiding the most common mistakes. - *World Trademark Review*, April/May, p. 24-30.

Salinas, G., T. Ambler (2009). A taxonomy of brand valuation practice: Methodologies and purposes, <http://link.springer.com/article/10.1057/bm.2009.14> (последно посетен на 12 юни 2016)

Seetharaman, A., Zainal Azlan Bin Mohd Nadzir, S. Gunalan. (2001). A conceptual study on brand valuation. - *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 10, Issue 4, p.243-256.

Shauten, M. (2008). Valuation, Capital Structure Decisions and The Cost of Capital, ERIM Ph.D. Series Research in Management, Erasmus Research Institute of Management, <http://repub.eur.nl/pub/13480/> (последно посетен на 18 юни 2016).

Simon, C. J., and M. W. Sullivan (1993). The Measurement and Determinants of Brand Equity: A Financial Approach. - *Marketing Science*, Vol. 12, N 1, p. 28-52.

Smith, G. V., R. L. Parr (2000) Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets, third edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Zimmermann, R., U. Klein-Bölting, B. Sander, T. Murad-Aga (2001). Brand equity excellence, Vol. 1. - Brand equity review, BBDO Group Germany, http://guvenborca.com/dosyalar/files/Brand_Equity.pdf (последно посетен на 7 юни 2016).

KPMG (2010). Profitability and royalty rates across industries: Some preliminary evidence. KPMG International, <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/gvi-profitability-v6.pdf> (последно посетен на 5 юни 2016).

WIPO Economics & Statistics Series, 2013, World intellectual Property Report, http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/944/wipo_pub_944_2013.pdf (последно посетен на 13 юни 2016).

13. IX.2016 г.

Ст. н. с. д-р Карен С. Саргсян*

СЪВРЕМЕННИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ФИСКАЛНАТА И ПАРИЧНАТА ПОЛИТИКА В РЕПУБЛИКА АРМЕНИЯ

Разгледана е фискалната и паричната политика, както и икономическата ситуация в Република Армения през кризисния и следкризисния период. Изследването показва, че макар през 2010-2013 г. в арменската икономика да са налице някои знаци за икономически растеж, основните макроикономически показатели не се връщат на нивата отпреди кризата и не успяват да осигурят дългосрочно устойчиво икономическо развитие в страната. За да се постигне напредък в това отношение, е необходимо прилагането на експанзионистични мерки на фискална и парична политика. Основна цел на фискалната политика трябва да бъде намаляването на данъчното бреме, а на паричната – финансирането на реалния сектор на икономиката и стимулирането на устойчив икономически растеж.

JEL: O23; F41; F43

Ключови думи: антикризисни мерки, фискална и парична политика, глобална финансова криза, макроикономически индикатори, данъчно бреме

Историята и развитието на икономическите отношения показва, че независимо от естеството и характера на регулирането във всеки тип социално-икономическа система периодично настъпват повтарящи се фази на икономически възход и спад, т.е. може да се твърди, че нейното функциониране е цикличен процес. Икономическата криза от своя страна е нестабилно състояние на социално-икономическата система, породено от непреодолимото въздействие на дезорганизиращи и синергични фактори в социалната или икономическата област, което не може да бъде предотвратено с помощта на балансиращи фактори (Golysheva, 2012). Световната практика сочи, че саморегулиращите се пазарни механизми не съумяват да се справят ефективно с финансовата криза. Ако се направи преглед на международния опит в овладяването на кризи, става ясно, че основна роля има държавата, която чрез своята макроикономическа политика, използвайки подходящ набор от фискални и парични инструменти, влияе върху икономическата система и по този начин намалява отрицателните ефекти на кризата и подпомага възстановяването на икономиката.

Заради дълбочината, обхвата и въздействието си върху световната икономика глобалната финансова криза от 2007-2009 г. се разглежда като първата и безпрецедентна криза през годините след Втората световна война,

* Икономически институт „М. Котанян“ към Националната академия на науките на Република Армения, Ереван, kssargsyan@yahoo.com

която разкрива вътрешните структурни дисбаланси на съвременната икономическа система.

За начало на кризата се приема 2007 г., когато се налага Федералният резерв на САЩ да се намеси, за да предостави ликвидност на банковата система в страната (Soros, 2009). Сегашната глобална криза се отличава от предишните по своя обхват - тя засяга по-голямата част от държавите в света, поради което може да се каже, че дори надминава Голямата депресия от 1929-1933 г. (Eichengreen, Rourke, 2010). В същото време обаче трябва да се отбележи, че отговорът на правителствата на икономическата рецесия е много по-бърз, отколкото през 1929 г. (Romer, 2009). Приликите между икономически кризи, вкл. Голямата депресия, показват, че икономическите политики не вземат под внимание уроците от миналото, което може да се обясни отчасти и със започналите да стават модерни през последните три десетилетия икономически теории (Stiglitz, 2010). В резултат от отвореността на националните икономики и глобализацията на капиталовите пазари в днешно време всяко събитие в съвсем кратки срокове може да доведе до бързо разпространяване на финансова нестабилност не само в една държава, но и по целия свят и придобивайки все повече и по-сложни форми, да се превърне в глобална финансова и икономическа криза.

Трябва да се отбележи, че с развитието на икономическите отношения механизмът и инструментите на държавно регулиране претърпяват съществени промени. В миналото - до края на XIX век, ролята на правителствата в икономиката се е свеждала главно до определянето на „общите правила на играта“, без да има сериозна намеса в икономическите процеси. След това обаче във връзка с по-честите и сложни проявления на цикличността и кризите в пазарната икономика насоките и методите на държавната икономическа политика се променят сериозно. Сред обективните условия за цикличността и кризите могат да бъдат посочени:

- несъвършенството на саморегулирането на пазарната икономика;
- неравномерното секторно разпределение на икономиката;
- особеностите на потоците на фиксиран капитал;
- същността на динамиката на цената на капитала (Sargsyan, 2012).

В зависимост от дълбочината на влиянието на кризата и границите на разпространението ѝ провежданата от държавата антикризисна политика се характеризира с различни форми, методи и инструменти. Макар че те се основават най-вече върху две взаимноизключващи се идеи – кейнсианската концепция и „класическата“ икономическа теория, е възможно в рамките на правителствената антикризисна политика да се разработят обобщени критерии за избор на фискални и парични инструменти, които да бъдат приложени в отделните държави. Те включват:

- стимулиране на съвкупното търсене;
- предоставяне на финансова подкрепа за фирми в затруднено икономическо положение;

- социална ориентация на управлението на кризи;
- развитие на научния, техническия и човешкия потенциал;
- гарантиране на стабилността на финансовия пазар и финансовите институции;
- обезпечаване на наличността на кредитен ресурс;
- разширяване на системата от държавни гаранции;
- ефективно разпределение и преразпределение на публичните ресурси, и т.н. (Sargsyan, 2016).

Изброените мерки трябва да бъдат прилагани с помощта на инструментите както на фискалната, така и на паричната политика.

Влияние на кризата върху икономиката на Армения

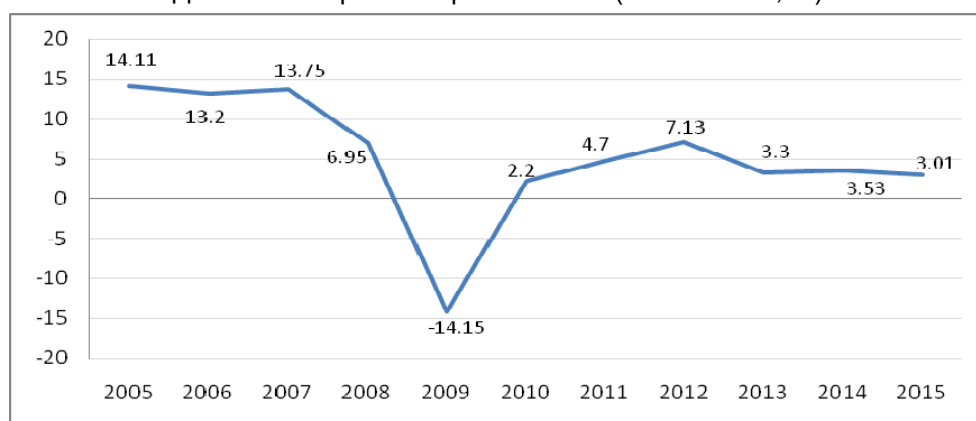
Сериозният спад в световната икономика оказва силно влияние върху държавите с отворена икономика, вкл. върху Армения, където кризата обхваща главно реалния сектор, като тенденцията към спад се отчита още през последното тримесечие на 2008 г. Това е вторичното въздействие на финансовата криза, което засяга някои области на арменската икономика, предизвиквайки:

- значително съкращаване на паричните преводи от чужбина;
- понижаване на цените на пазара на стоки в световен мащаб и особено на тези на металите и суровините, а също и спад в търсенето на изнасяните стоки в резултат от намалялото съвкупно търсене в глобалната икономика;
- рязко обезценяване на арменската валута.

Сравнително дълбоката рецесия на арменската икономика е обусловена от структурните характеристики на икономическия растеж през периода преди кризата (обект на наблюдение е периодът след 2000 г.). Растежът през 2000-2008 г. се дължи на развитието на нетъргуемия сектор и особено на безпрецедентния ръст на строителството, който от своя страна е следствие от постъпващите капиталови потоци и концентрацията им в тази сфера. Това се доказва и от факта, че 10,5% от отбелязания през 2009 г. спад на БВП от общо 14,1% са отчетени в строителния сектор. Трябва да се подчертае обаче, че въпреки сериозния спад, наблюдаван през 2009 г., в следкризисния период в резултат от координираните парична и фискална политика става възможно да се избегне дестабилизацията на макроикономическите условия и през следващите години (2010-2013) се забелязват признаци на икономически растеж (вж. фиг. 1). През 2009 г. в икономиката на Армения е отчетен безпрецедентен спад от 14,15%, а по-късно - през 2010-2013 г., е налице рекорден ръст със среден темп от 4,4%, който, макар и скромнен, е качествено различен от този в предкризисния период на развитие и се характеризира с относително по-висока диверсификация на икономическата структура.

Фигура 1

Динамика на реалния ръст на БВП (2005-2015 г., %)

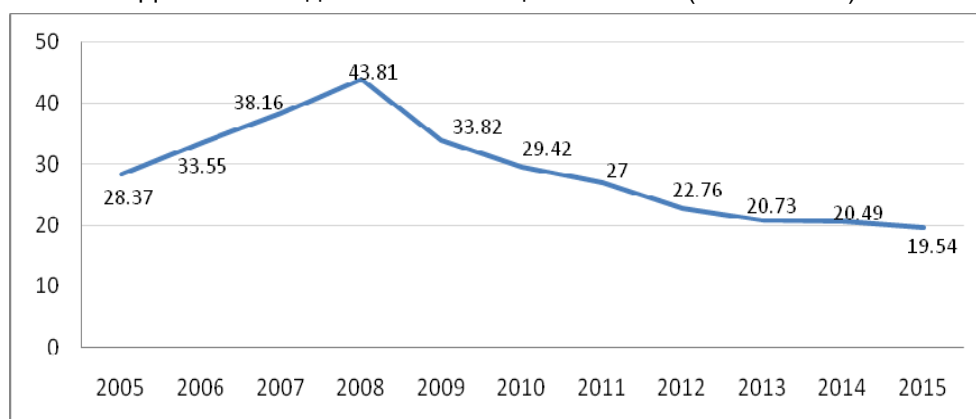


Източник. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

През периода преди кризата особено голям е обемът на частните инвестиции, вкл. в сектора на жилищното строителство, което е обусловено от бързия икономически растеж и значителния размер на парични преводи от чужбина. В резултат от това през 2008 г. делът на инвестициите и националните спестявания в БВП се увеличава - съответно с 41 и 32%. По време на рецесията делът на инвестициите се понижава рязко, главно заради съкращението в частните трансфери, а националните спестявания намаляват дори в по-голяма степен. През 2010-2015 г. инвестициите продължават да спадат (фиг. 2).

Фигура 2

Динамика на дела на инвестициите от БВП (2005-2015 г.)



Източник. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

От 2008 г. насам нивото на безработица в Армения рязко се увеличава, достигайки до 19% през 2010 г., което превишава с 10% равнището отпреди кризата. Това от своя страна създава сериозни пречки пред развитието на икономиката.

Посочените характеристики се отразяват както върху развитието на отделните сектори на арменската икономика, така и върху макроикономическата политика на правителството.

Парични антикризисни мерки в Република Армения

В началния стадий на световната финансова криза Армения успява да устои на възможните последици от негативното ѝ влияние. Това се дължи както на ефективното финансово управление, намерило израз в показателите за финансова стабилност, които в миналото са били на по-високо ниво, така и на липсата на „горещи пари“ във финансовия сектор. В същото време връзките на страната с онези международни финансови пазари, които първи поемат основните негативи на кризата (рисковите пазари), са слаби. По-конкретно, за разлика от развитите икономики в Армения финансовите пазари, банките и другите финансови организации не изпадат в паника, нито пък се засилва стремежът им към търсене на по-голяма ликвидност.

Първият признак за експанзионистична парична политика се проявява през 2008 г., когато централната банка понижава лихвата по депозитите от 7,75 на 7,00% (вж. Central Bank of RA...). Трябва обаче да се отбележи, че въпреки тези действия търговските банки демонстрират консервативно и пасивно поведение - те избягват да кредитират икономиката, което е обусловено най-вече от постепенното намаляване на растежа и от повишаването на рисковете. В резултат от това от четвъртото тримесечие на 2008 г. паричните агрегати започват да бележат тенденция към спад.

За да противодейства на създалата се ситуация, през май 2009 г. Централната банка на Армения понижава драстично лихвата по депозитите с един процентен пункт, като същевременно засилва действието на паричните инструменти (вж. Central Bank of RA...). Наред с това в контекста на координацията на фискалната и паричната политика тя извършва мащабна покупка на държавни ценни книжа, за да подкрепи правителството в предприетото от него бързо увеличаване на обема на тяхното емитиране.

Предвид развитието на икономиката през този период, което обуславя зародилия се натиск за обезценяване на обменния курс, до края на 2008 г. централната банка е изправена пред трудната дилема да избира дали да поддържа валутния курс, или финансовата стабилност. Естествено приоритетът е поставен върху финансовата стабилност. В същото време обаче до март 2009 г. валутният курс остава фиксиран, така че да се даде възможност на участниците на финансовите пазари да изчистят позициите си и да се подготвят за предстоящото обезценяване на валутата. Ако това не беше направено, финансовата криза би била неизбежна.

Разбира се, в случай на драстично намаляване на съвкупното търсене експанзионистичната парична политика не е достатъчна, за да се насърчи съществено търсенето. Когато в икономиката е налице както спад в търсенето, така и увеличаване на риска, изключително предпазливото отношение към кредитирането от страна на банковата система понижава ефективността на въздействието от намаляването на лихвените проценти. Затова е необходимо да се предприеме и експанзионистична фискална политика.

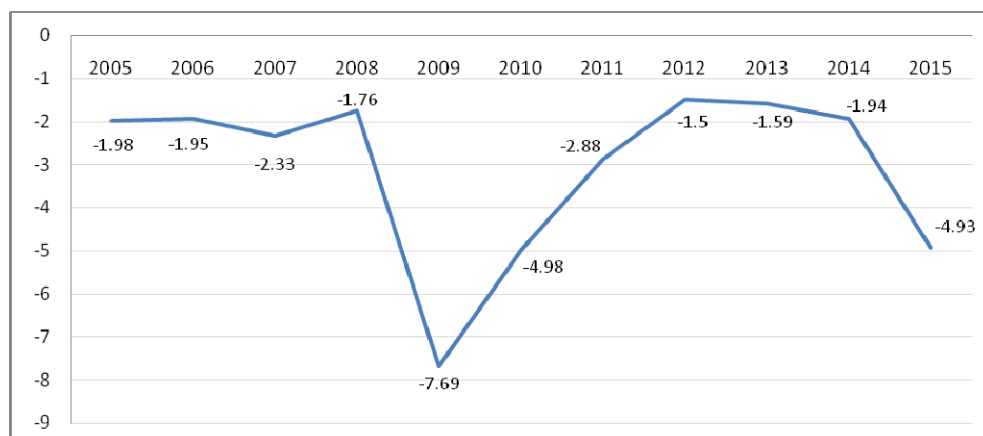
Фискални антикризисни мерки в Република Армения

Трябва да се подчертае, че фискалната политика започва да изпитва определени трудности след четвъртото тримесечие на 2008 г. Те намират израз във възникването на проблеми със събираемостта на данъците - в резултат от намалялата икономическа активност спадат и данъчните приходи.

След оценка на резултатите в областта на данъчните приходи, направена в началото на 2009 г., става ясно, че отрицателните ефекти на глобалната икономическа криза създават сериозни трудности пред събираемостта на данъчните постъпления. Подчертавайки важността на политиката за насърчаване на икономиката, правителството започва да реализира значителна част от бюджетните разходи за сметка на увеличаване на бюджетния дефицит. Така, ако в началото на 2009 г. е предвидено дефицитът да е 1% от БВП, по-късно през същата година той достига 7,69%, с което очевидно се цели стимулиране на съвкупното търсене. През 2010-2012 г. стойността на този показател намалява постепенно, достигайки ниво от 1,5%, но през следващите няколко години отново се повишава и през 2015 г. е 4,93% (фиг. 3).

Фигура 3

Динамика на съотношението между бюджетен дефицит и БВП (2005-2015 г.)

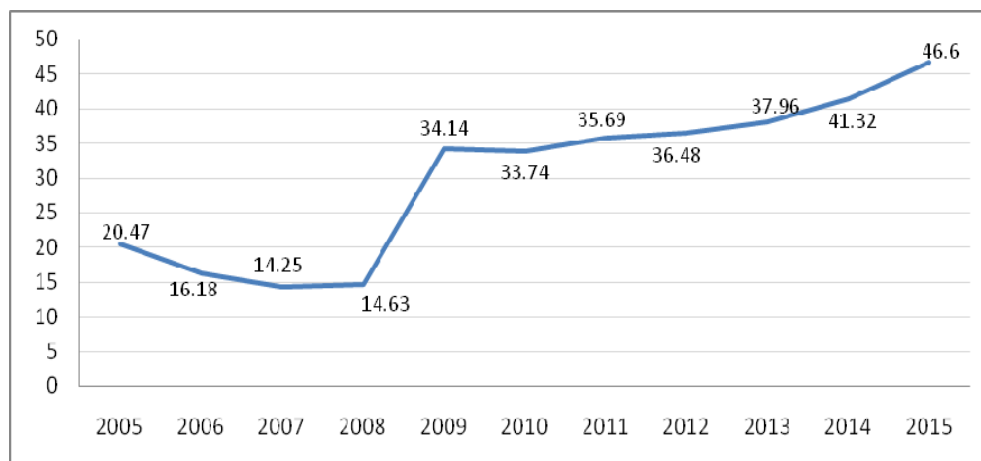


Източник. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

Държавният дълг, който показва тенденция към значително намаляване преди кризата, започва да нараства постоянно в следкризисния период (фиг. 4).

Фигура 4

Дял на brutния държавен дълг от БВП (2005 – 2015 г.)



Източник. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

Фискалните мерки са насочени главно към малките и средните предприятия, към гарантиране на достъп до кредитиране за цялото население, към финансова подкрепа и инфраструктурно развитие на големите предприятия. Ако се направи качествена оценка на предприятиите от държавата антикризисни мерки, те са основно с тактически характер и целят премахването на причините за кризата. В този смисъл мерките могат да бъдат разглеждани като успешни, тъй като, от една страна, спомагат за предотвратяване на дезинтеграцията на икономиката, на масови фалити и остро влошаване на условията на живот на населението, а от друга, осигуряват положително развитие на основните макроикономически показатели още през 2010 г.

Следкризисно икономическо развитие на Република Армения

Въпреки наличието на известна позитивна динамика в годините след кризата в Армения основните макроикономически показатели не достигат предишните нива, като същевременно е невъзможно да се гарантира дългосрочен устойчив икономически растеж на страната. През следкризисния период реалният темп на нарастване на БВП е най-висок през 2011 г., след което през 2012-2015 г. се забавя и през 2015 г. достига 3,01% (вж. таблицата). Подобна е и тенденцията, която се наблюдава при реалния темп на растеж на промишлеността.

Таблица

Динамика на основни макроикономически показатели (2007-2015 г., %)

Показатели	Години								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Реален ръст на БВП	13,75	6,95	-14,15	2,20	4,70	7,13	3,30	3,53	3,01
Реален ръст на промишлеността	11,26	7,43	-28,55	7,42	1,77	4,99	0,51	-2,25	2,53
Дял на инвестициите от БВП	38,16	43,81	33,82	29,42	27,00	22,76	20,73	20,49	19,54
Дял на brutния държавен дълг от БВП	14,25	14,63	34,14	33,74	35,69	36,48	37,96	41,32	46,60
Дял на бюджетния дефицит от БВП	-2,33	-1,76	-7,69	-4,98	-2,88	-1,50	-1,59	-1,94	-4,93
Годишен ръст на разходите за крайно потребление на домакинствата	13,24	5,38	-4,38	3,85	2,89	9,10	0,90	0,50	-7,90
Инфлация (CPI)	4,55	9,02	3,54	7,27	7,65	2,54	5,79	2,98	3,73
Безработица	7	16.4	18,7	19	18.4	17.3	16.2	17.6	18.5

Източник: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016; World Bank. World Development Indicators Online Database.

През 2015 г. е отбелязан позитивен темп на нарастване на промишлеността, но това се дължи най-вече на ръста в миннодобивната индустрия и в комуналните услуги (доставки на електричество, газ, топлофикация за населението и фирмите, пречистване на въздуха), докато в сектора на преработвателната промишленост се отчита спад с 4%. През периода 2012-2015 г. основната причина за намалелите стойности на индикатора „дял на инвестициите от БВП“ е отрицателният темп при брутно формиране на капитала: -9,1% през 2013 г., -3,0% през 2014 г., -1,2% през 2015 г. (вж. National Statistical Service of RA...). При нивото на безработицата в страната не се отчита сериозен спад след кризата – през 2015 г. то е 18,5%. В следкризния период делът на държавния дълг в Армения постепенно расте, достигайки до 46,6% от БВП през 2015 г.

Подобряване на фискалната и паричната политика на Република Армения

Фискална политика

От гледна точка на инструментите на фискалната политика трябва да се отбележи, че в периоди на криза е възможно да се избегне рязко понижение на съвкупното търсене, или поне то да бъде предпазено от прекомерно намаляване чрез облекчаване на данъчната тежест. Подобни мерки допринасят и за стимулиране на инвестициите, което е много важно по време на икономически спад. Във връзка с това, за да се подсили икономиката и да се стимулират търсенето, частното потребление и инвестициите, от съществено значение за Армения сега е да се намали данъчното бреме чрез данъчни реформи, като в същото време

се разшири данъчната основа, което би направило данъчната система по-ефективна.

През разглеждания период данъчната система на Армения се характеризира с висок дял на косвените данъци, а прилаганата данъчна политика се основава на фискалната функция на данъците. Голяма част от данъчните приходи са концентрирани в данък добавена стойност (ДДС) - приходите от него в държавния бюджет през 2008 г. са 52% от общите данъчни постъпления. През 2009 г., когато влиянието на кризата започва да се чувства във всички области на арменската икономика, стойността на този показател слабо намалява, достигайки 49%, но въпреки това заедно с другите косвени форми на облагане – акцизите и митата, тя е 60% от данъчните постъпления в бюджета. През следващите години приходите от ДДС в държавния бюджет спадат, но остават с доста високи нива – през 2010 г. те са 49,9% от общите данъчни постъпления, през 2011 г. – 51,5%, през 2012 г. – 50,4%, през 2013 г. – 41%, през 2014 г. – 43%, а през 2015 г. – 41% (вж. Tax Service of RA...).

Въпреки че е налице тенденция към намаляване, стойността на този показател е доста висока. Както е известно, ДДС е важен компонент за формирането на държавния бюджет. Трябва да се отбележи обаче, че освен фискална, този данък изпълнява и регулативна функция, която се използва много активно в някои държави. Като форма на данъчно облагане той е важен инструмент за регулиране на икономиката от страна на държавата, вкл. и за оказване на въздействие върху цените на стоките. ДДС играе съществена роля и при формирането на търсенето и предлагането и влияе директно върху обема на производството, а оттук – и върху икономическата и социалната среда в държавата.

В днешно време една от най-важните задачи, свързана с ДДС в Армения, се отнася до високата ставка на данъка, която се прилага стандартизирано. На сегашния етап на икономическо развитие нейното намаляване може да допринесе в значителна степен за разширяване на съвкупния обем на производството, както и за понижаване на цените на стоките, което е от особено голямо значение по време на криза. В рамките на антикризисните фискални мерки би било подходящо да се приложи намалена ставка на ДДС за жизненоважни стоки и услуги (каквато е практиката в много други държави). Да отбележим също, че в някои страни, например Литва, Хърватия, Кипър, Румъния, Малта, България и Естония, намаляването на ДДС е в диапазона от 5 до 9% (вж. VAT Rates Applied in the Member States of the European Union...). Тук застъпваме мнението, че предприемането на такива мерки в Армения би допринесло за съществено подобряване на социалното положение на населението и за ограничаване на социалното неравенство. Намаляването на бюджетните приходи, което биха причинили по-ниските данъчни ставки, може да бъде компенсирано чрез увеличаване на приходите от други данъци, както и чрез съкращаване на неефективните разходи в бюджета. В състоянието на криза понижаването на общата ставка на ДДС и използването на по-малки

(дисконтирани) ставки за определени продукти може да насърчи икономическия растеж - това важи особено много за индустриалната сфера в Армения в периода след кризата. Такива реформи биха били от полза за промишлените предприятия с висока добавена стойност, които поради намаляването на ДДС ще бъдат в състояние да пренасочат неизползваните средства към техническа модернизация и разширяване на капитала.

По отношение на подоходните данъци могат да се приложат различни видове стимули, които да действат като антикризисна мярка, особено с оглед на повишаването на инвестициите, финансирането на научни изследвания, стимулирането на иновативните дейности и подкрепата за малкия бизнес. Ползите от такава политика могат да бъдат постигнати чрез намаляване на облагаемия доход, на данъчната ставка, на размера на данъка, отлагане на плащането на данъка или дори чрез освобождаване от данъци. Прилагането на подобни мерки може да окаже положителен ефект за преодоляване на кризата, защото по този начин ще се улесни развитието на определени дейности и ще се съживят някои сектори на икономиката.

Сред антикризисните реформи в областта на подоходните данъци се откроява ускоряването на амортизацията - така прогнозната ѝ стойност ще превиши размера на икономически обоснованата амортизация, което би позволило част от печалбата да бъде освободена от данъчно облагане в резултат от включването ѝ в общите разходи. Наред с това е препоръчително да се изготви официално одобрен списък на активите, за които ще бъде разрешено амортизационните отчисления да се начисляват веднага, както и да се въведат методи и правила за прилагането на ускорена амортизация за различните видове активи.

Едно от по-важните изключения, които могат да бъдат направени в някои области при подоходните данъци, е да се намали облагаемата печалба, част от която се използва за финансиране на инвестиции. Конкретният процент може да се определя в зависимост от размера на инвестицията, защото като въпрос от сферата на публичната политика, особено по време на криза, не е оправдано организациите-инвеститори, ангажирани с капиталови инвестиции, да бъдат поставени в почти еднакви условия с онези, които не се занимават с такъв тип инвестиционна дейност.

Във възможните антикризисни данъчни реформи би могло също да се включи изменението в правилата за извършване на авансови плащания на подоходните данъци. В контекста на кризата фирмите изпитват определени финансови затруднения и затова не е правилно да продължават да изпълняват задълженията си по линия на авансовите плащания по същия начин.

Данъците върху доходите на гражданите заемат по-голямата част от данъчния сбор, събиран от физически лица. Те играят важна роля и за данъчното попълване на бюджета. Сега системата на данъчно облагане на доходите на физическите лица е насочена главно към облагане на трудовите възнаграждения. Наред с тях обаче има и други източници на доходи, които са или

извън обхвата на цялостното данъчно облагане, или са изключени от облагаемия доход, въпреки че са част от доходите на физическите лица (например от наследство и дарения; тези, получени в резултат от сделки във финансовия сектор или от регистрирани офшорни компании; паричните постъпления от чужбина; приходите от недекларирано имущество). Всичко това показва, че облагането на доходите на физическите лица в страната няма универсален и унифициран характер, не осигурява ефективно преразпределение за изравняване на доходите, като по такъв начин не се спазва принципът на справедливостта в данъчното облагане. Следователно тази сфера се нуждае от сериозни реформи, които трябва да включват разширяване на данъчната основа, подобряване на данъчното облагане в посока към неговото уеднаквяване и универсализиране и налагане на принципа на справедливостта. Проблемите, свързани с тези въпроси, стават все по-очевидни и имат отрицателни ефекти, особено в кризисни и следкризисни ситуации.

Вземайки предвид социалната и икономическата среда в Армения, особеностите на данъчната система и сегашната криза, може да се обобщи, че реформите в данъчното облагане на физическите лица трябва да бъдат насочени към:

- увеличаване на приходите чрез облагане на всички източници на доходи на физическите лица и преминаване към прогресивна система на подоходно облагане;
- установяване на ефективен контрол върху приходите и разходите на физическите лица;
- гарантиране на спазването на принципа на справедливостта в процеса на данъчно облагане; въвеждане на прогресивно облагане и използване на данъчни стимули за намаляване на огромното неравенство в доходите на населението, както и преразпределянето им в полза на уязвимите обществени групи.

В заключение ще подчертаем, че прилагането на описаните мерки на фискалната политика би допринесло в значителна степен за съживяване на икономиката, за насърчаване на инвестициите и за осигуряване на солидни условия за дългосрочен устойчив растеж в Армения.

Парична политика

В икономически развитите държави паричната политика се използва като гъвкав инструмент за въздействие върху икономическата среда, подсилвайки и допълвайки фискалната политика. В сравнение с последната паричната политика е по-гъвкава и по-ефективна, тъй като при нея е налице по-слабо влияние на политически фактори, процесът на вземане на решения е по-директен и ускорен, а резултатите в тази област се постигат по-бързо.

В борбата с глобалната икономическа криза почти всички държави прилагат промените на лихвения процент върху рефинансирането като инструмент за макроикономическо регулиране. По-голяма част от централните банки

намаляват основния лихвен процент, за да стимулират кредитирането на реалния сектор, като в същото време разпределят допълнителни средства за насърчаване на програмите за кредитиране с цел лихвите по заемите и особено по ипотеките да бъдат значително понижени. В някои страни лихвеният процент достига до почти нулеви нива – Япония (0,1%), САЩ, Канада, Швейцария, Швеция (0,25%), Великобритания (0,5%). Швеция е първата държава, която към средата на 2009 г. определя отрицателен лихвен процент по отношение на депозитите в търговските банки. За да се предотврати драстичният отлив на капитали в периода на финансовата криза, такава стъпка предприемат и Унгария, Исландия, Беларус, Русия, Бразилия, Аржентина и Индонезия. Тези страни обаче са принудени да намалят и нивото на основния лихвен процент.

С цел да повишат конкурентоспособността на своите продукти и да насърчат износа на националните си производители някои държави (особено от Източна Европа и от ОНД) обезценяват националната си валута спрямо щатския долар и еврото, но по-късно в част от тях е осъществен и обратният процес – укрепване на националната валута (Унгария, Полша). Органите, отговорни за паричното регулиране в България, Китай, Индия, Бразилия и Казахстан, предприемат действия за съкращаване на задължителните резерви. В Индия например те са намалени от 5,5 до 5,0%. В Казахстан изискванията за минимални резерви, отнасящи се до вътрешните пасиви, се понижават от 2,0 до 1,5%, а тези, свързани с други задължения – от 3,0 до 2,5%. В Китай е налице диференциация на лихвените проценти – нивата на задължителните резерви за петте най-големи банки в страната са намалени от 16,0 до 15,5%, а за другите кредитни институции – от 14,0 до 13,5% (вж. Drobyshevskiy, Sinelnikov, Sorokin, Trunin, Hudko, 2010).

Осъзнавайки възможните ефекти от кризата, от края на 2008 г. Централната банка на Армения започва да понижава постепенно лихвения процент по влоговете – през декември той е намален с 0,5 процентни пункта (от 7,75 до 7,25) и с още 0,25 процентни пункта през следващите два месеца. През март 2009 г., веднага след либерализирането на лихвения процент, централната банка предприема драстично увеличение на лихвения процент за рефинансиране – с 1,0 процентни пункта, като целта е да се ограничи евентуалното отрицателно въздействие от обезценяването на валутния курс върху финансовия пазар. През периода 2008-2009 г. основният акцент на паричната политика на централната банка е върху съчетаването на мерки, които да осигурят стабилност на цените и на финансовата система. От декември 2008 г. до януари 2010 г. Банковият съвет постепенно намалява лихвения процент за рефинансиране – общо с 2,75 процентни пункта, като така той достига 5,0% (вж. Central Bank of RA...).

Неотдавнашната финансова криза показва ясно колко са уязвими националните икономики спрямо сигналите, произтичащи от различни финансови рискове. Това принуждава правителствата и международните финансови институции да се включат активно в разработването на нови методи и в опреде-

лянето на нови насоки на парична политика. Сред основните поуки от последната криза са, че саморегулирането на пазарите не е съвършено, че много от пазарните сделки са волатилни, както и че връзката между множеството пазарни показатели не е линейна. Това означава, че непредвидени внезапни и резки колебания на финансовите пазари понякога могат да нанесат поражения върху стабилността на пазара, която от своя страна се поддържа чрез баланса на процесите, протичащи в него. За да осигури този баланс, държавата трябва да въздейства едновременно върху няколко пазарни фактора, упражнявайки контрол върху тях в рамките на определен период.

Както беше посочено, много икономически показатели са в нелинейно отношение един спрямо друг, като в някои случаи връзката помежду им е обратнопропорционална. Например, когато централната банка провежда политика на „скъпи пари“, за да контролира инфлацията, реалната икономика се лишава от възможности за привличане на средства и по този начин разширяването на бизнеса става нерентабилно, а в много случаи дори неопосилно. Така икономическият растеж се забавя, а капиталовите потоци се пренасочват към държави с по-благоприятни икономически условия, което води до намаляване на производството и на заетостта и до спадане на жизнения стандарт. В страни, в които лихвите на банките нарастват, за компаниите е изгодно да привличат средства от чужбина. Това се отразява върху ръста на фирмения външен дълг и върху деформацията на процеса „доходи от спестявания-инвестиции“, а по-общо – и върху макроикономическото равновесие.

Централните банки на много държави, вкл. в Армения, възприемат инфлационното таргетиране като основен метод на паричната политика след кризата, който би трябвало да доведе до стабилизиране на цените, до високи темпове на икономически растеж и повишаване на жизнения стандарт. Трябва да се отбележи, че освен по този начин обменният курс на националната валута се формира от чисто пазарни механизми без каквато и да е сериозна намеса от страна на централната банка. В контекста на една изолирана и затворена икономика обаче наистина е възможно инфлационното таргетиране ефективно да допринесе за икономическия растеж.

Фактът, че икономиките на модерните държави действат в условия на международна интеграция, глобализация и нови световни процеси за икономическо развитие обаче не означава, че основната задача на правителството трябва да бъде ограничена единствено в рамките на контрол върху инфлацията. Нещо повече, при положение, че Армения е страна-вносител, покачването на цените на много видове стоки е обвързано с цените на международните пазари, което от своя страна може да доведе до поскъпване на всички останали стоки. В нито една държава националната банка не е в състояние да ограничи този вид инфлация, тъй като това е извън областта на паричното регулиране. Държавата може единствено да смекчи инфлацията, използвайки инструментите на фискалната политика, което предполага увеличаване на разходите чрез индексирание на доходите и различни видове

субсидии, както и прилагайки други приоритетни правителствени програми в тази насока. Проблемът може да бъде решен само чрез тясно международно икономическо сътрудничество в рамките на взаимно договорена програма между международните икономически институции и правителствата на големите развити страни.

Остава отворен обаче въпросът дали само обезценяването на валутата или инфлацията имат негативно влияние върху икономиката. Съвременните икономически изследвания допускат, че дори доста слабо обезценяване на валутата може да окаже отрицателно въздействие върху националното стопанство, особено след период на икономическа рецесия. Така в някои случаи много държави отчитат стабилен икономически растеж при инфлация от 10-15%.

Тук защитаваме мнението, че в съвременните условия на икономическо развитие е необходимо да се преосмислят основните задачи на централната банка. Наред с приоритетното гарантиране на стабилността на цените трябва да се предприемат и мерки за насърчаване на икономическия растеж и стимулиране на инвестициите. Много е важно също да се разбере, че във връзка с това е необходимо да бъдат преразгледани насоките, инструментите и методите на паричната политика. Както вече беше посочено, основната задача на паричната политика трябва да е осигуряването на икономически растеж, а за нейното реализиране е от особено значение да се очертаят някои конкретни области на въздействие, да се дефинират ясни цели по отношение на всяка от тях и да се зададе набор от точни количествени и качествени индикатори, описващи тези цели. Единствено по такъв начин могат да бъдат определени инструментите на паричната политика за всяка конкретна област. Стабилността на процесите, развиващи се на пазара, и равновесието в съответните области могат да бъдат осигурени на базата на много по-широк набор от инструменти, както и на гъвкави механизми за контрол на резултатите.

Освен това една от важните характеристики на търговските банки е, че в периоди на икономически растеж те увеличават предлагането на пари и така допринасят за обезценяването на парите в по-широк мащаб. В случаи на икономическа рецесия обаче, когато икономиката се нуждае от много финансови ресурси, става обратното – търговските банки намаляват и дори спират предлагането на пари, което способства за задълбочаване на рецесията. Ето защо според нас е необходимо значително да бъде засилена ролята на централната банка по отношение на регулирането на кредитната политика на търговските банки.

В днешно време ясното разграничение на банковите лихвени проценти в различни области е абсолютно задължително, особено от гледна точка на насърчаването на инвестициите в реалния сектор на икономиката. Това може да се постигне чрез осигуряване на кредитиране с достъпни лихви. Централната банка може да отпусна на търговските банки целеви субсидирани кредити с цел да бъде финансирана реалната икономика, или да се стимулира самото

кредитиране, като се изберат икономически най-добрите оферти чрез обществени поръчки. Това налага съответни промени в Закона за Централната банка, което според нас е необходима стъпка, за да бъде преодоляна икономическата криза. Промените трябва да бъдат насочени към насърчаване на производството, намаляване на безработицата и стимулиране на конкурентоспособността в икономиката и по този начин да се осигури постигането на икономически растеж.

*

В заключение можем да обобщим, че проведените от правителството на Република Армения антикризисни мерки са най-вече тактически и имат за цел да премахнат причините за кризата. В същото време основните макроикономически показатели не достигат нивата си отпреди кризата и не съумяват да осигурят дългосрочен устойчив растеж в страната. За да бъде постигнат такъв растеж, е необходимо да се въведат експанзионистични мерки по отношение на фискалната и паричната политика. Главната цел на правителството при фискалната политика трябва да бъде намаляването на данъчното бреме и стимулирането на инвестициите, а паричната политика, прилагана от централната банка, трябва да е насочена към осигуряването на икономически растеж.

Използвана литература:

Dash, M. (2001). *Tulipomania. The Story of the World's Most Coveted Flower and the Extraordinary Passions it Aroused.* Three Rivers Press.

Drobyshevskiy, S. M., E. V. Sinelnikov, A. Sorokin, P. V. Trunin, E. V. Hudko (2010). *International Experience of Anti-crisis Policy.* Moscow: „Delo“ RAS.

Eichengreen, B., K. H. O'Rourke (2010). *What do the new data tell us? Researchbased policy analysis,* <http://www.voxeu.org/index.php?q=node/3421> (последно посетен на 21.01.2013).

Feldstein, M. et al. (1991). *The Risk of Economic crisis.* Chicago, London: The University of Chicago Press.

Golyшева, M. O. (2012). *Economic Crises and Cycles. New Look.* – *Microeconomics*, N 3, p. 98-103.

Romer, C. (2009). *Lessons from the Great Depression for Economic Recovery.* Washington. Brookling Institute, <http://www.brooklings.edu> (последно посетен на 9.01.2013).

Sargsyan, K. S., A. G. Sargsyan (2012). *Cycles of Economic System and Their Causes.* - *Modern problems of socio-economic development in the Republic of Armenia*, Book 2. Ep. PH „Gitutyun“ NAS RA, p. 312-317.

Sargsyan, K. S. (2016). *Issues on Enhancing Efficiency of the State Anti-crisis Policy.* Yerevan: „Gitutyun“ NAS RA.

Soros, G. (2008). The New Paradigm for Financial Markets. The Crisis of 2008 for financial markets. New York.

Stiglitz, J. E. (2006). Making Globalization Work: The Economics and Social Review. USA, Columbia University.

Sylla, R. (2009). Lessons for the Five US crises: 1792, 1837-1842, 1873, 1907 and 1930-1933, http://www.ibf-frankfurt.de/Slides_Sylla_Symp_IBF_10Jun2009 (последно посетен на 18.12.2012).

Central Bank of RA, <https://www.cba.am/am/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>.

International Monetary Fund (2016). World Economic Outlook Database, April, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx>

National Statistical Service of RA, <http://www.armstat.am/am/?nid=263>

Statistic service of RA (2008), <http://www.armstat.am/am/?nid=263>

Stiglitz's Report on Reformation of International Monetary and Financial System. The Lessons of Global Crisis. Ed. Prozorov U.K.: „International relationships“. M., 2012.

Tax Service of RA (2015), <http://www.taxservice.am/Content.aspx?itn=TIY>

VAT Rates Applied in the Member States of the European Union, Situation at January 1st, 2016 (Taxud.c.1, 2016), https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/docs/body/vat_rates_en.pdf

World Bank. World Development Indicators Online Database, <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators> (последно посетен на 8.10.2016).

10.VIII.2016 г.

Senior Researcher Karen S. Sargsyan, Ph.D*

THE MODERN CHALLENGES OF FISCAL AND MONETARY POLICY IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

The article deals with the issues on fiscal and monetary policies and the economic situation in the Republic of Armenia during the crisis and post-crisis period. The analysis shows that although there have been some signs of economic growth in Armenian economy in 2010-2013, however, the main macroeconomic indicators did not return to pre-crisis level and failed to provide long-term sustainable economic growth in the country. It is argued in the article that expansionary fiscal and monetary measures should be taken for sustainable economic growth. The main target of the fiscal policy should be the reduction of the tax burden, while financing the real sector of the economy and supporting a sustainable growth of the economy should be the primary objective of the monetary policy.

JEL: O23; F41; F43

Keywords: anti-crisis measures, fiscal and monetary policy, global financial crisis, economic growth, macroeconomic indicators, tax burden.

The history of the development of economic relations shows that economic ups and downs reoccur in any type of socio-economic system, regardless of the nature and character of regulation. Consequently, it can be argued that the activity of the socio-economic system is a cyclical process. As for the economic crisis, the latter is the unstable state of socio-economic system which emerges as a result of the irresistible influence of disorganizing and synergistic factors in the social or economic integrity, not prevented by balancing factors (Golysheva, 2012). World experience shows that the self-regulating market mechanisms are unable to effectively overcome the financial crisis. The review of the available international experience in overcoming the crises, elucidates that the State plays the main role, which, as part of its macroeconomic policy, with the help of appropriate fiscal and monetary tools, influences the economic system, mitigating the negative effects of the crisis and restoring the economy.

The global financial crisis of 2007-2009 in its depth, coverage and impact on the world economy is considered unprecedented first crisis of the post-war years, which revealed the internal structural imbalances of the modern economic system. 2007 is considered as the onset of that crisis, when the Federal Reserve System of the USA had to interfere and grant liquidity to the bank system (Soros, 2009). The current global crisis stands out from the previous ones by its measures. It has affected the majority of the countries worldwide. In this respect, it has even surpassed the Great Depression of 1929-1933 (Eichengreen, Rourke, 2010). But at the same time it should be noted, that the government's response to economic recession was much more expeditious than in 1929 (Romer, 2009). The similarities between economic crises, including the Great Depression, makes it evident that

* M. Kotanyan Institute of Economics of the RA National Academy of Sciences. Yerevan, Republic of Armenia, kssargsyan@yahoo.com

economic policies have not fully taken into account the lessons taught. Partially this is explained by the economic theories which during the last three decades began to be attributed as fashionable (Stiglitz, 2010).

The openness of national economies and the globalization of capital markets contributed to the fact that in the shortest possible time any manifestation can rapidly spread financial instability in one country and around the world, and taking more and more complex forms, turn into a global financial and economic crisis.

It should be noted that the mechanism and the tools of the state regulation have undergone significant changes during the entire history of the development of economic relations. In earlier periods of market economy until the end of the 19th century, the role of governments in the economy was mainly limited to the definition of "the general rules of the game", without any serious intervention in economic processes. However, since the end of 19th century, directions and methods of state economic policy underwent significant changes which accounted for more frequent and complex manifestations of cycles and crises in the market economy. Among the objective conditions for the emergence of the latter the following can be mentioned:

- imperfection of self-regulation of the market economy,
- disparities in branch structure of the economy,
- peculiarities of the fixed capital flux,
- nature of the dynamics of the cost of capital (Sargsyan, 2012).

Depending on the depth of impact of the crisis observed in some countries, and the boundaries of its spread, the state anti-crisis policy is executed with certain characteristics, changing the forms, methods and tools. It is mainly based on one of two mutually exclusive concepts – the Keynesian concept and the "classical" economic theory. However, despite this, it is possible to develop generalized criteria for choosing fiscal and monetary instruments that can be applied in various countries within the frames of state anti-crisis policy. These include:

- stimulating aggregate demand;
- providing financial support for companies in difficult economic situation;
- social orientation of crisis management;
- orientation to the development of scientific, technical and human resources;
- ensuring the stability of financial market and financial organizations;
- ensuring the availability of credit resources;
- expanding the system of state guarantees;
- effective distribution and redistribution of public resources, etc. (Sargsyan, 2016).

The above mentioned measures should be carried out with both fiscal and monetary policies tools.

The Impacts of Crisis on the Economy of Armenia

The significant aggravation of global economic situation had a particularly adverse effect on countries with open economies, including Armenia, where the crisis

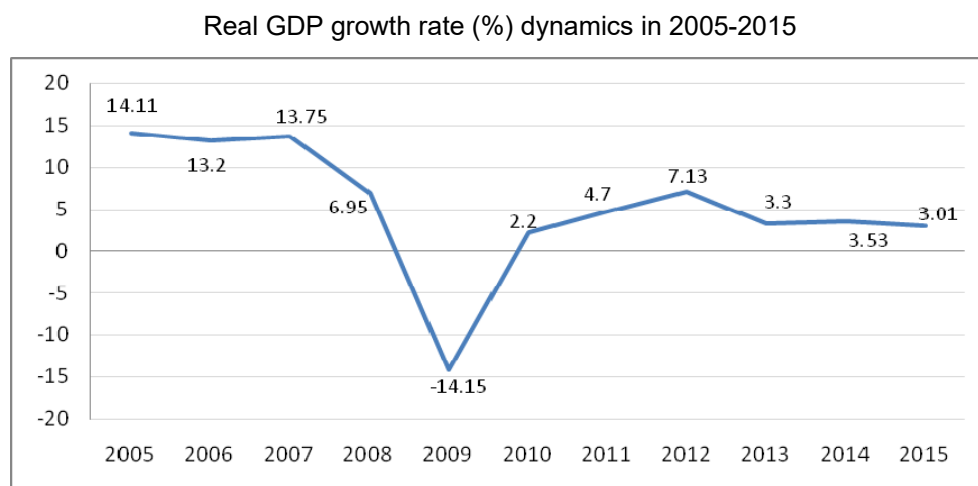
affected mainly the real sector of economy, the falling trends of which were recorded already in the last quarter of 2008. These were the secondary impacts of the financial crisis on the economy which included the following spheres of the Armenian economy:

- significant reduction in remittances from abroad,
- lower prices of global market goods, particularly the fall of prices for metal and raw materials, also the decline in the demand of exported goods as a result of global downfall of aggregate demand in the global economy,
- the abrupt devaluation of Armenian currency.

The main reason for the relatively deep recession of the Armenian economy was due to the structural features of the economic growth pre-crisis period recorded since 2000. The growth in 2000-2008 was the result of non-tradable sector and, particularly, the unprecedented growth of the construction sector, which was also the result of the capital inflow surge and their concentration in the construction sector.

This is evidenced by the 10.5% point in the 14.1% decline recorded in 2009 which refers to the construction sector. However, it is important to note that despite the serious decline recorded in 2009, in the post-crisis period, due to a coordinated monetary and fiscal policies, it was possible to avoid the destabilization of macroeconomic conditions. In the following years, 2010-2013, certain signs of economic growth are recorded (Figure 1).

Figure 1



Source. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

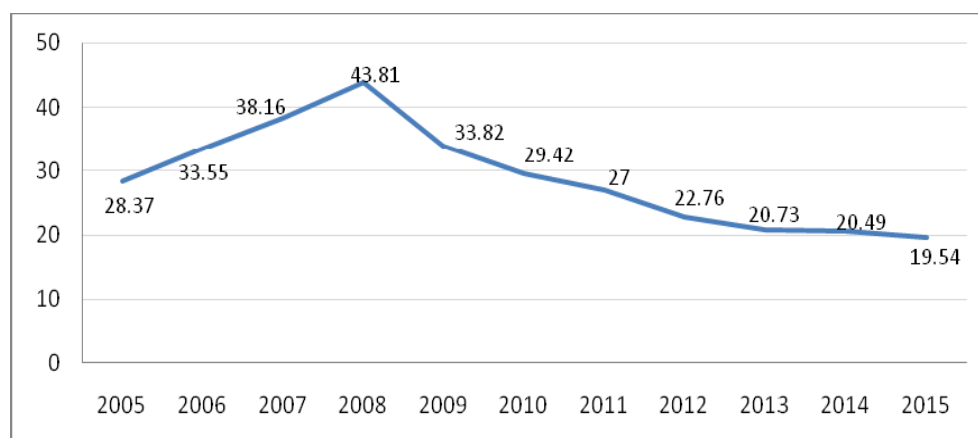
In 2009 Armenia's economy recorded an unprecedented decline of 14.15%, and later on, in 2010-2013, the economy recorded growth, at an average rate of 4.4% (Figure 1), which despite being modest, was qualitatively different from the pre-

crisis development phase and was characterized by a relatively higher diversification of the economic structure.

Conditioned by the high economic growth and large volumes of remittances from abroad, especially large was the volume of private investments in the pre-crisis period, including investments in the housing sector. As a result, in 2008 investments and national savings in GDP increased, amounting to 41% and 32% respectively. In the period of recession the share of investments declined sharply, mainly due to the decrease of private transfers, and national savings declined to a greater extent. Let us note that still in 2010-2015 investments continued to decline (Figure 2).

Figure 2

Dynamics of Investment/GDP ratio in 2005-2015



Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

As for unemployment rate in Armenia, it sharply increased since 2008, reaching up to 19% in 2010, exceeding by 10% the pre-crisis level, creating serious obstacles for the development of the economy.

The above mentioned characteristics reflected both in the developments of different sectors of Armenian economy, as well in the macroeconomic policy of the Government.

The Monetary Anti-Crisis Measures in RA

Armenia managed to withstand the first wave of the negative impact of the global financial crisis, first due to the effective financial control, resulting in the indicators of financial stability which have historically been at a high level; second, due to the absence of "hot money" in the financial sector. At the same time weak were the ties with those international financial markets which were the first to record the primary wave of the crisis (sub-prime markets). In particular, unlike developed countries,

Armenia's financial markets, banks and other financial organizations were not seized by panic, neither did the demand for liquidity increase.

The first signal of the expansionary monetary policy was in 2008 when the Central Bank lowered the repo rate from 7.75% to 7.00% (Central Bank of Armenia). But at the same time it should be noted that despite these factors, the commercial banks began to show a conservative and passive behavior, avoiding crediting the economy, which was mainly conditioned by the gradual decline and growth of risks. As a result, monetary aggregates demonstrated a downward trend since the fourth quarter of 2008.

To counteract this situation in May of 2009, the Central Bank of Armenia dramatically lowered the repo rate by 1% point, in the meanwhile enhancing the monetary instruments (Central Bank of Armenia). Moreover, in the context of the coordination of fiscal and monetary policy, Central Bank carried out a large-scale purchase of state securities to support the rapid expansion of the volume of their issue by the Government.

With the account of the economic developments in that period, which conditioned depreciation pressures on the exchange rate, by the end of 2008 the Central Bank was facing a difficult dilemma between the rate and the financial stability. Naturally, the financial stability was given the priority, however, until March 2009 the rate was kept fixed, so as to give opportunity to the participants of financial markets to clarify their positions and prepare for the ensuing depreciation. Otherwise, the financial crisis would have been inevitable.

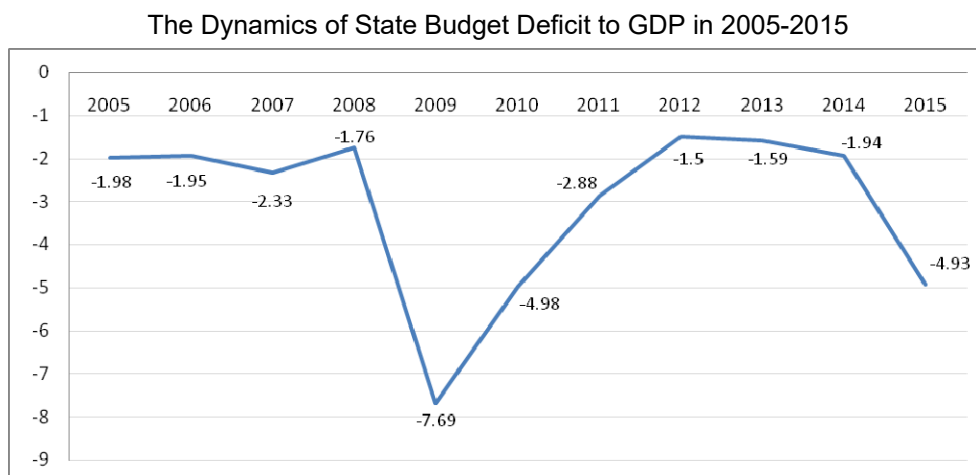
It is natural that in case of the drastic reduction of gross demand, the expansionary monetary policy was not sufficient to promote significant amount of demand. In case of a decrease in demand in the economy on the one hand and an increase of risk on the other, the extremely cautious attitude in crediting on the part of banking system hampered the effectiveness of interest rate reduction impacts. Thus it was also necessary to implement expansionary fiscal policy.

The Fiscal Anti-Crisis Measures in RA

It should be noted that the fiscal policy started to experience certain difficulties after the 4th quarter of 2008. In particular, it manifested as problems arising from tax collection, since as a result of the decline in economic activity, the rate of tax revenues slowed down.

After reviewing the results of tax revenues in early 2009 it became clear that the negative effects of the global economic crisis resulted in serious difficulties for tax collection. Stressing the importance of the policy of boosting economy, the government took to realize the substantial portion of state budgetary expenditure at the expense of increase of the state budget deficit. As a result, if for the beginning of 2009 the deficit was envisaged for 1% of GDP, later it amounted to 7.69%, which obviously aimed at the expansion of aggregate demand. In 2010-2012, this figure steadily decreased, reaching the level of 1.5%, though in the following few years gradually increased, reaching 4.93% in 2015 (Figure 3).

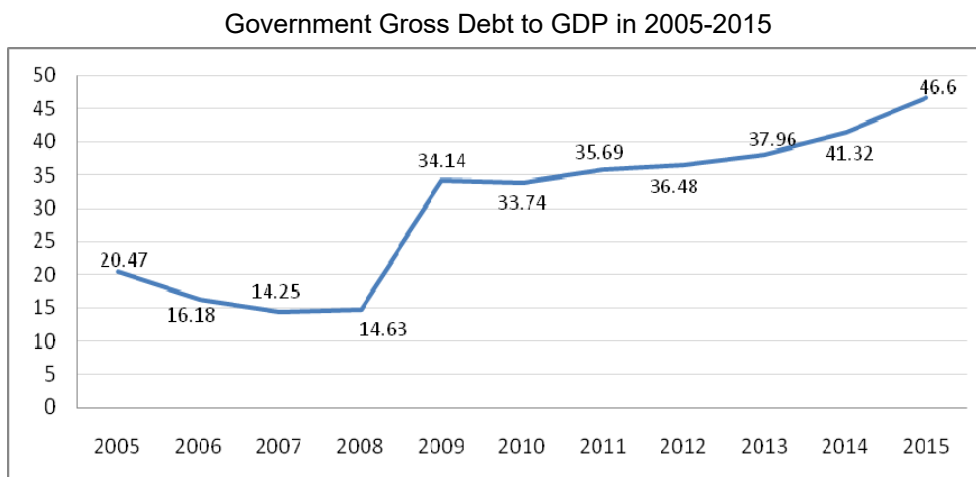
Figure 3



Source. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

As for the state debt, the latter, showing tendency to significant decline in the pre-crisis period, started to steadily increase in the post-crisis period (Figure 4).

Figure 4



Source. International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016.

Fiscal measures mainly aimed at small and medium-sized businesses, ensuring access to credit for the population, financial support and infrastructure

development for large enterprises. Referring to qualitative assessment of the state anti-crisis measures, it should be stated that they were mainly tactical in order to eliminate the causes of the crisis. In this sense, they can be considered successful as they helped preventing the disintegration of the economy, mass bankruptcy, sharp deterioration of the social conditions of the population and providing positive dynamics of the main macroeconomic indicators as early as 2010.

Post-Crisis Economic Developments in the Republic of Armenia

In the post-crisis period, despite certain positive dynamics, the main macroeconomic indicators did not return to pre-crisis level, also it was impossible to ensure long-term sustainable economic growth in Armenia. In the post-crisis period, the growth rate of real GDP was the largest in 2011, later the rate slowed down in 2012-2015, amounting to 3.01% in 2015 (see the Table). A similar trend was observed in the rate of real growth in industry.

Table

The Dynamics of the Main Macroeconomic Indicators
(2007-2015, %)

Title	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Real GDP growth rate	13.75	6.95	-14.15	2.20	4.70	7.13	3.30	3.53	3.01
Industry real growth rate	11.26	7.43	-28.55	7.42	1.77	4.99	0.51	-2.25	2.53
Investment to GDP ratio	38.16	43.81	33.82	29.42	27.00	22.76	20.73	20.49	19.54
Government gross debt to GDP ratio	14.25	14.63	34.14	33.74	35.69	36.48	37.96	41.32	46.60
State budget deficit to GDP ratio	-2.33	-1.76	-7.69	-4.98	-2.88	-1.50	-1.59	-1.94	-4.93
The annual growth rate of final consumption expenditure of households	13.24	5.38	-4.38	3.85	2.89	9.10	0.90	0.50	-7.90
Inflation (CPI)	4.55	9.02	3.54	7.27	7.65	2.54	5.79	2.98	3.73
Unemployment rate	7	16.4	18.7	19	18.4	17.3	16.2	17.6	18.5

Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2016; World Bank. World Development Indicators Online Database.

Although in 2015 a positive growth rate was recorded in the sector of industry, however, the latter was mainly conditioned by the growth of mining industry, electricity, gas, steam and good-quality air supply, while in the sector of the processing industry 4.0% decline was recorded (National Statistical Service of RA). From 2012-2015 the reduced values of "investment to GDP" ratio were conditioned by the negative growth rates of gross capital formation (-9.1% in 2013, -3.0% in 2014, in 2015, -1.2%) (National Statistical Service of RA). The unemployment rate has not decreased significantly after the crisis in the country, staying at the level of 18.5 percent in 2015.

The state debt ratio in the country has steadily increased in the post-crisis period, amounting to 46.6% in 2015.

On the Issues of Improvement of Fiscal and Monetary Policy in RA

Fiscal policy

In terms of the tools of fiscal policy in the period of crisis, it should be noted that in such situations it is possible to avoid a sharp decline in aggregate demand, or at least prevent it from excessive reduction by alleviating the tax burden. This step also contributes to stimulating investment, which is very important during the economic downturn. Currently, in order to strengthen the economy, stimulate demand, private consumption and investment it is essential to reduce the tax burden through tax reforms and at the same time broaden the tax base, which would make the tax system more efficient in Armenia.

The tax system of Armenia is characterized by a large share of indirect taxes, and the tax policy pursued is based on the fiscal function of taxes. After the establishment of the tax system a large part of tax revenues accounts for value added tax (VAT). Thus, in 2008 inflow in terms of VAT to the state budget amounted to 52% of total tax revenues. With regard to 2009, when the impact of the crisis was felt in all spheres of the Armenian economy, this indicator fell slightly, amounting to 49%, but with the excise tax and customs duties in the mentioned year it amounted to about 60% of total tax revenues. In the following years, this indicator tended to decrease, but remained at a fairly high level. So, in 2010 inflow in terms of VAT to the state budget amounted to 49.90%, in 2010 – to 51.5%, in 2012 -to 50.4%, in 2013 – to 41% of total tax revenues, in 2014 – to 43% and in 2015 to 41% of total tax revenues (Tax Service of RA).

Despite the perceived tendency to reduction, this figure is rather high. As we can see, the VAT is an important component of the formation of the state budget. However, it should be noted that besides the fiscal functions VAT performs a regulating function, which is actively used in many countries. VAT as an indirect form of tax is an important tool of state regulation of the economy, including the price of goods, VAT also plays a major role in formulating supply and demand, and directly affects the volume of production and, consequently, the socio-economic situation of the country.

Currently, in Armenia, one of the most important tasks associated with VAT is its high rate, which is applied by a standard method. At the present stage of economic development a reduction in the VAT rate could contribute significantly to the expansion of the total volume of production and reduction of prices for goods, which is especially important in times of crisis. In a series of anti-crisis fiscal measures it would be appropriate to apply reduced VAT rates for vital goods and services (as is done in many countries). Let us note also that in some countries, such as Lithuania, Croatia, Cyprus, Romania, Malta, Bulgaria, Estonia, the VAT reduction rate varies between 5-9% (VAT Rates Applied in the Member States of

the European Union, Situation at 1st January 2016). We believe that this kind of measures in our republic would contribute to an essential improvement of the social situation of the population and the reduction of social polarization. With regard to the reduction of budget revenues due to lower tax rates, it is possible to compensate by increasing the revenues from other taxes, as well as by reducing inefficient budget costs. In the condition of crisis, reduction of VAT rates and the use of reduced (discounted) rate can promote the economic growth, particularly the industrial sector in Armenia in the post-crisis period. This will be beneficial for industrial enterprises with high added value, which, due to the VAT reduction, would be able to direct the unused funds to technical upgrading and expansion of capital.

With regard to income tax, in this respect, application of various kinds of benefits can act as an anti-crisis measure, especially in view of boosting investments, financing scientific research, innovative work, supporting small businesses. These benefits can be achieved through the decrease in assessable income, lowering the tax rate, reducing the amount of tax, deferment of tax payment or even tax exemption. In order to facilitate the development of certain activities and revitalize certain sectors of the economy the applications of similar measures can provide a positive effect in overcoming the crisis.

Among the anti-crisis reforms in the sphere of income tax the application of accelerated amortization can be highlighted, due to which the estimated value of amortization exceeds the amount of economically justified amortization. In this way a certain part of the profit is exempted from taxation as a result of referring the amortization sum to the expenditure. In addition, it seems appropriate to formally approve the list of those assets in line of which amortization deductions will be allowed to be carried out rapidly, as well as methods and rules on the application of accelerated amortization for different types of assets.

One of the important areas of exemptions for income tax is the reduction from the taxable profit the part of which should be used to finance investments. Depending on the size of the investment, individual rates can be set, since as a matter of public policy, especially in times of crisis, it cannot be justified that dealing or not dealing with capital investment, organizations are almost in identical conditions with tax positions.

In a series of anti-crisis tax reforms there can also be highlighted the amendment in the regulations on carrying out advance payments of income tax. In the context of the crisis the organizations are in difficult financial position. In such a situation it is inappropriate to compel organizations to continue fulfilling obligations under the line of advance payments in the same form.

With regard to the collection of taxes from individual persons, in this case, taxes on incomes from citizens make the big part. Also, the latter play an important role in the issue of filling in the budget with taxes. Currently, the system of personal income taxation is mainly directed to taxation of wages. However, there are also other sources of income, which are either outside the tax field in general, or are excluded from taxable income, although they form part of the income of natural

persons (such as inheritance and gift taxes, income, generated as a result of transactions in the financial sector, as well as income received from registered offshore companies, cash receipts from abroad, not declared property). Thus, it turns out that the taxation of income of individuals does not have any general and uniform character, does not provide an effective redistribution in order to equalize incomes, thereby ignoring the principle of equity. Hence, this sphere is in need of serious reforms covering expansion of the tax base, improving taxation and its uniformity, generality and establishing the principle of fairness. Such questions become more evident and have negative impact particularly in crisis and post-crisis situations. Taking into account the socio-economic situation in the country, peculiarities of the tax system and the current crisis, reforms in taxation of income of individuals can be directed:

- to increase revenues by means of taxation of all sources of income of natural persons and transition to a progressive taxation system;
- to establish effective control over the income and expenses of natural persons;
- to ensure the principle of fairness in the taxation process, the introduction of progressive taxation and the use of tax incentives in order to reduce excessive disparities in incomes of population and their redistribution in favor of the vulnerable groups of society.

In summary, we note that the implementation of the mentioned fiscal measures will contribute considerably to the revitalization of the economy, promote investment and provide serious conditions for long-term sustainable economic growth in our country.

Monetary policy

In economically advanced countries, monetary policy acts as a flexible mechanism affecting the economic situation, which increases and complements fiscal policy. Monetary policy in comparison with the fiscal policy is more flexible and efficient, due to the weaker influence of the political factor, with a more rapid and expeditious decision-making process, and speedy achievements in this sphere.

It should be pointed out, that almost all countries in the fight against the global economic crisis turned to the application of such a macroeconomic tool, as the interest rate of refinancing. The vast majority of central banks, in order to stimulate lending to the real sector of the process, successively dropped the level of the base interest rate, as well as additional funds allocated in the direction of stimulating lending program, with a view to significantly reducing the interest rate of loans, especially for mortgages. In some countries the rate has reached almost zero: in Japan (up to 0.1%), the United States, Canada, Switzerland, Sweden (0.25%), the UK (0.5%). In mid-2009, Sweden was the first to set a negative interest rate in relation to deposits in commercial banks. Hungary, Iceland, Belarus, Russia, Brazil, Argentina, Indonesia were also among the countries that followed this step in the

period of the financial crisis in order to prevent massive capital outflow. However, these countries were forced to reduce the level of the base rate.

Certain countries (particularly in Eastern Europe, CIS countries), in order to increase the competitiveness of their products and promote exports, reduced the rate of the national currency against the US dollar and the Euro, although in the future the reverse process has been carried out in some countries - the strengthening of the national currency (Hungary, Poland). Bodies responsible for monetary regulation of Bulgaria, China, India, Brazil, and Kazakhstan announced about the reduction of reserve requirements. For example, reserve requirements in India were reduced from 5.5% to 5.0%. In Kazakhstan, the minimum reserve requirements related to internal liabilities decreased from 2.0 to 1.5% related to other liabilities - from 3.0% to 2.5%. In China, there has been a differentiation in interest rates: reserve requirements of five major domestic banks decreased from 16.0 to 15.5%, and other lending institutions – from 14.0 to 13.5% (Drobyshevskiy, Sinelnikov, Sorokin, Trunin, Hudko, 2010).

As for Armenia, with the awareness of the crisis effects on the part of Central Bank of Armenia, since December 2008, repo interest rate was gradually reduced, particularly in December it was reduced by 0.5 percentage points (from 7.75 to 7.25), and for a further 0.25 percentage point in the following two months. In March 2009, the Central Bank, immediately after the liberalization of the rate, dramatically increased the refinancing rate - by 1.0 percentage points, with a view to curb the possible negative impact of devaluation of exchange rates in the financial market. In 2008-2009, the main emphasis of monetary policy of the Central Bank aimed at combining problems to provide stability of prices and financial system. From December 2008 till January 2010 the Bank Board gradually lowered the refinancing rate as a whole for 2.75 percentage points - constituting 5.0% (Central Bank of RA).

The recent financial crisis clearly showed how vulnerable national economies are to the crisis signals arising from various financial risks. Governments and international financial institutions were actively involved in the development of new methods and directions of monetary policy. One of the main lessons learnt from the financial crisis was the fact that the self-regulation of the markets is not flawless, many of market deals are volatile and the relationship between numerous market indicators is nonlinear. This directly implies that unforeseen sudden and abrupt fluctuations in the financial market can from time to time damage the stability of the market. The latter is a mutual balance of the processes occurring in the market. In order to ensure this balance the state should act simultaneously on several market factors and ensure control over them within a certain time. As indicated above, many economic indicators in relation to each other are nonlinear and sometimes are in an inversely proportional relationship. For example, to control inflation the Central Bank executes the policy of "expensive money". Therefore, the real economy is deprived of opportunities to attract funds and the business expansion becomes unprofitable, and in many cases even unaffordable. As a result, economic growth is

slowing down and the capital outflows to countries with more favorable economic conditions. This in turn leads to a decrease in output and labor and to the fall of the living standards level. In a country with a growth of bank interest rates, for companies it is advantageous to attract funds from abroad. This will affect both the growth of a corporate external debt, and the deformation process of "income-savings - investment" and the macroeconomic balance, in general.

The central banks of many countries, including the Central Bank of Armenia, adopted inflation targeting as a primary method of post-crisis monetary policy, which was to lead to stabilization of prices, high rates of economic growth and rise of living standards. We should mention that besides inflation targeting, the exchange rate of national currency is generated purely by market mechanisms without any serious intervention by the Central Bank. In the context of an isolated and closed economy, inflation targeting could effectively contribute to economic growth.

However, the fact that the economies of modern states operate in the era of international integration, globalization and new world economic development processes, does not imply that the main task of the government should not be limited to mere controlling over inflation. Moreover, Armenia is mostly an importing country, the rise in prices for many types of goods depends on the prices in the international markets, which in turn leads to higher prices for all other types of goods. In no country can the National Bank curb this kind of inflation, because it is outside the field of monetary regulation. The state is able to simply mitigate inflation through fiscal policy, which suggests increasing expenditure by income indexing, various kinds of subsidies and enlivening other priority government programs. The above problem can be resolved only within the framework of close international economic cooperation through a mutually agreed program between international economic institutions and the governments of major developed countries.

But there still remains the question whether it is only devaluation of money or inflation that have a negative impact on the economy. Modern economic researchers suggest that the economy may be negatively affected by a rather low level of devaluation of money, especially at the stage of revival of economic life after a period of economic downturn. Thus, in some cases, in the condition of inflation of 10-15%, many countries recorded stable economic growth.

In our opinion under the present state of economic development the performance of the Central Bank should be revised. Apart from giving priority to ensuring price stability, measures should be taken to promote economic growth and encourage investments in the real economy. It is also very important for us to understand that for this purpose directions, tools, and methods of monetary policy should be updated. As indicated, monetary policy's priority objective should be the provision of economic growth, and to achieve this major objective, it is essential to highlight specific spheres of influence, define clear objectives for them, as well as set clear quantitative and qualitative indicators describing these objectives. Only after this kind of activities, one can define the tools of monetary policy for specified

areas. Stability of processes occurring in the market and the mutual balance in the respective areas can be provided on the basis of a much larger tool and flexible control mechanism over performance.

Moreover, an important feature of the commercial banks is that in terms of economic growth, they increase the supply of money, thereby leading to the devaluation of money at large; while in an economic downturn, when the economy needs a lot of money, on the contrary, they reduce or even suspend the supply of money, further deepening the recession. Based on the above-mentioned, we believe that the role of the Central Bank should be significantly increased in the regulation of credit policy of banks. Today, as we believe, a clear differentiation of bank interest rates according to specific spheres is a must, in particular, in view of encouraging investment in the real sector of the economy that can be achieved by providing credits at affordable rates. The Central Bank may provide targeted subsidized credits to commercial banks, aimed at financing the real economy or crediting by itself by selecting for this purpose the best business proposals by the tender procedure. The latter would also require corresponding amendments in the Law on the Central Bank. In order to overcome the economic crisis, we believe it will be a necessary step aimed at stimulating production, reducing unemployment and promoting economic competitiveness, thereby ensuring stable economic growth.

Conclusion

Summing up, it should be noted that the anti-crisis measures taken by the Government of RA were mainly tactical, aimed at eliminating the causes of crisis, while the main macroeconomic indicators did not return to the pre-crisis level and failed to ensure a long-term sustainable economic growth in the country. In order to ensure long-term economic growth it is necessary to carry out expansionary fiscal and monetary measures. At present the Government's main target for fiscal policy should be the reduction of the tax burden and stimulation of investments, while the monetary policy implemented by the Central Bank should aim at ensuring economic growth.

References:

- Dash, M.* (2001). Tulipomania. The Story of the World's Most Coveted Flower and the Extraordinary Passions it Aroused. Three Rivers Press.
- Drobyshevskiy, S. M., E. V. Sinelnikov, A. Sorokin, P. V. Trunin, E. V. Hudko* (2010). International Experience of Anti-crisis Policy. Moscow: "Delo" RAS.
- Eichengreen, B., K. H. O'Rourke* (2010). What do the new data tell us? Researchbased policy analysis, <http://www.voxeu.org/index.php?q=node/3421> (last accessed on 21.01.2013).
- Feldstein, M. et al.* (1991). The Risk of Economic crisis. Chicago, London: The University of Chicago Press.

Golysheva, M. O. (2012). Economic Crises and Cycles. New Look. – Microeconomics, N 3, p. 98-103.

Romer, C. (2009). Lessons from the Great Depression for Economic Recovery. Washington. Brookings Institution, <http://www.brookings.edu> (last accessed on 9.01.2013).

Sargsyan, K. S., A. G. Sargsyan (2012). Cycles of Economic System and Their Causes. - Modern problems of socio-economic development in the Republic of Armenia, Book 2. Ep. PH "Gitutyun" NAS RA, p. 312-317.

Sargsyan, K. S. (2016). Issues on Enhancing Efficiency of the State Anti-crisis Policy. Yerevan: „Gitutyun“ NAS RA.

Soros, G. (2008). The New Paradigm for Financial Markets. The Crisis of 2008 for financial markets. New York.

Stiglitz, J. E. (2006). Making Globalization Work: The Economics and Social Review. USA, Columbia University.

Sylla, R. (2009). Lessons for the Five US crises: 1792, 1837-1842, 1873, 1907 and 1930-1933, http://www.ibf-frankfurt.de/Slides_Sylla_Symp_IBF_10Jun2009 (last accessed on 18.12.2012).

Central Bank of RA, <https://www.cba.am/am/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>.

International Monetary Fund (2016). World Economic Outlook Database, April, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx>

National Statistical Service of RA, <http://www.armstat.am/am/?nid=263>

Statistic service of RA (2008), <http://www.armstat.am/am/?nid=263>

Stiglitz's Report on Reformation of International Monetary and Financial System. The Lessons of Global Crisis. Ed. Prozorov U.K.: „International relationships“. M., 2012.

Tax Service of RA (2015), <http://www.taxservice.am/Content.aspx?itn=TIY>

VAT Rates Applied in the Member States of the European Union, Situation at January 1st, 2016 (Taxud.c.1, 2016), https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/docs/body/vat_rates_en.pdf

World Bank. World Development Indicators Online Database, <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators> (last accessed on 8.10.2016).

10.VIII. 2016

Ас. Васил Стоянов*

ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ МЕТОДИ В ПОВЕДЕНЧЕСКАТА ИКОНОМИКА И НЕВРОИКОНОМИКАТА

Накратко са представени причините, водещи до зараждането на поведенческата икономика като отделна област от икономиката в средата на XX век. В хронологично-историческа последователност са разгледани четирите основни изследователски метода, които се използват в поведенческата икономика - лабораторни експерименти, включващи алтернативни хипотетични избори; лабораторни експерименти, включващи реални възнаграждения за участниците; теренни проучвания и провеждането на експерименти в реални условия. Направен е преглед и на още два изследователски метода, които се използват главно в областта на невроикономиката – функционалния ядрено-магнитен резонанс и транскраниалната магнитна стимулация.¹

JEL: B4; D03; D87

Ключови думи: изследователски методи, поведенческа икономика, невро-икономика

Важно е да се подчертае, че понятието „поведенческа икономика“ няма нищо общо с поведенческата психология. Поведенческата икономика е интеграция между дисциплините „икономика“ и „психология“ по-скоро от позициите на когнитивната психология. Всъщност поведенческата икономика е приложение на когнитивната психология в икономическата теория, свързано с изследването на проблема как точно икономическите агенти вземат решения и правят избори. Във връзка с това в своя научна разработка Крейг Ламбърт твърди, че правилното определение на този дял от икономиката би трябвало да е не „поведенческа“, а по-скоро „когнитивна“, тъй като когнитивната психология възниква като алтернатива на поведенческата (вж. Lambert, 2006).

Когато в средата на XX век се заражда когнитивната психология и изобщо когнитивната наука, тя се появява като пълна противоположност на поведенческата психология и на философията на логическия позитивизъм в науката

* СУ „Кл. Охридски“, Стопански факултет, V.Stoyanov@feb.uni-sofia.bg

¹ Assistant Prof. Vasil Stoyanov. RESEARCH METHODS IN BEHAVIORAL ECONOMICS AND NEUROECONOMICS. *Summary:* The purpose of this paper is to present the major research methods in the fields of behavioral economics and neuroeconomics. First, the paper starts with a short review on the causes for the emergence of behavioral economics as a separate field in economics in the mid of the twentieth century. Then, the paper makes a chronological review on the four major research methods that have been used in the behavioral economics since its beginning through nowadays. And finally, the paper makes a review on two more research methods that are used primarily in the field of neuroeconomics. The following research methods are examined in this paper: laboratory experiments with hypothetical choices, laboratory experiments with actual outcomes, field research, field experiments, functional magnetic resonance imaging (fMRI), and transcranial magnetic stimulation (TMS). *Keywords:* research methods, behavioral economics, neuroeconomics.

(вж. Gardner, 1987). Според Гарднър учените от средата на XX век са започват да осъзнават, че придържайки се към правилата на логическия позитивизъм и на поведенческата психология, става невъзможно правилното изследване на човешкия разум.

Философията на логическия позитивизъм ограничава науката да се занимава единствено и само с неща, които могат директно да се наблюдават и емпирично да се измерват. Поведенческата психология, имаща претенцията да бъде истинска наука, е трябвало да се съобразява с правилата на логическия позитивизъм. Така още в началото на XX век поведенческата психология, която изследва единствено и само обективното поведение на човека, успява да се наложи като основно течение в психологията. Именно в този дух се развива и неокласическата икономическа теория през този период, след като субективната психология, разчитаща на интроспекцията (самонаблюдението), е извадена от икономическата наука. Следователно неокласическата икономическа теория, придържайки се към изискванията на философията на логическия позитивизъм в науката и следвайки тенденциите на развитие в поведенческата психология, се занимава единствено и само с изследване на обективното поведение на икономическите агенти. По този начин късната неокласическа икономическа теория, развита след 30-те години, придобива доста общ и опростен вид.

Към средата на миналото столетие обаче първо в психологията, а след това и в икономическата наука постепенно започва да става все по-ясно както на много психолози, така и на голяма част от икономистите, че ако се придържат единствено и само към правилата на логическия позитивизъм и на поведенческата психология, драстично се ограничават възможностите и на двете научни области да обяснят по най-точния начин човешкото поведение. Това е причината по онова време да се постави началото на когнитивната психология като алтернатива на поведенческата. Тогава се заражда и новият дял от икономическата наука – поведенческа икономика, който представлява междудисциплинарен подход между когнитивната психология и неокласическата икономическа теория. Затова и по-правилното наименование на този нов дял от икономическата наука е „когнитивна икономика“.

Трябва да се отбележи обаче и фактът, че поведенческата икономика не се появява като алтернатива на неокласическата икономическа теория, а по-скоро като нейно допълнение. Целта на поведенческата икономика е да обясни икономическата теория на психологическа основа (вж. Camerer & Loewenstein, 2003; Weber & Dawes, 2005).

Провеждане на лабораторни експерименти, включващи алтернативни хипотетични избори

Веднага след своето зараждане поведенческата икономика започва да използва като основен изследователски метод провеждането на експерименти в лабораторни условия. При тях всеки участник съзнателно си представя, че се

намира в дадена ситуация, в която трябва да направи своя избор между няколко предложени му алтернативни хипотетични варианта. Тези алтернативи не съществуват реално, но участникът трябва мисловно да си въобрази, че ги има и съответно отново мисловно да вземе някакво решение какво би направил в съответната ситуация, ако тя се случва в действителност.

Показателен пример за този метод е лабораторният експеримент, включващ алтернативни хипотетични избори, описан в научната статия на Сара Лихтенщайн и Пол Словик (Lichtenstein & Slovic, 1971). При него на даден участник се казва, че хипотетично притежава лотариен билет с възможност да спечели някаква парична сума, ако вземе участие в съответната лотария. Участникът в експеримента трябва да заяви при каква минимална цена за него ще бъде напълно безразлично кой от двата варианта ще избере - да се раздели с билета си или да се включи в лотарията. Разбира се, в експеримента реално такъв билет не съществува и участникът е напълно наясно, че прави избор, който е чисто хипотетичен.

Подобен експеримент е проведен и от Даниел Канеман и Амос Тверски, които имат за цел да покажат, че теорията за очакваната полезност (Expected Utility Theory) е невалидна (вж. Kahneman & Tversky, 1979). Участниците в експеримента са случайно подбрани университетски преподаватели и студенти, от които се изисква да направят хипотетичен избор между два алтернативни варианти в изцяло хипотетична ситуация: *вариант А*, който включва участието в някаква лотария с два възможни изхода – единият е 50% вероятност да се спечелят 1000 USD, а другият - 50% вероятност да не се спечели нищо, и *вариант Б*, при който всеки участник се отказва доброволно от участие в лотарията, за да получи 450 USD на момента. Участниците в този експеримент е трябвало мисловно да си представят, че правят хипотетичен избор между посочените алтернативни варианти. В действителност обаче не е съществувала нито лотарията, нито възможните изходи от нея, а всичко е било просто хипотетична ситуация.

Преди да бъде проведен разгледаният лабораторен експеримент, според теорията за очакваната полезност участниците би трябвало да изберат вариант А. При него участникът ще изчисли в линейно алгебрично уравнение² двата възможни изхода, умножени по процентната вероятност да се случи всеки от тях, и ще получи, че неговата очаквана полезност от участие в лотарията се равнява на 500 USD, което е повече от продажбата на лотарийния билет, оценен на 450 USD при вариант Б. Резултатите от експеримента на Канеман и Тверски обаче показват, че мнозинството от участниците са избрали вариант Б, при който има сигурна печалба на момента, за разлика от вариант А, при който съществува 50% вероятност да не се спечели нищо.

С течение на времето този вид лабораторни експерименти, включващи алтернативни хипотетични избори, които участниците трябва да направят по

² Според теорията за очакваната полезност – $\sum_{i=1}^n P_i \cdot u(I_i) = 50\% \times 1000 \text{ USD} + 50\% \times 0 = 500 \text{ USD}$.

време на експеримента, е атакуван от редица икономисти. Някои учени, които провеждат изследвания в областта на експерименталната икономика като Дейвид Грийтър и Чарлз Плот твърдят, че поради липсата на реални възнаграждения в експериментите, провеждани от поведенческите икономисти, участниците нямат мотивацията да дадат достоверни отговори на поставените им хипотетични въпроси (Grether & Plott, 1979). Грийтър и Плот смятат също, че някои от получаваните резултати дори представляват аномалии, които изобщо не отговарят на действителността.

Провеждане на лабораторни експерименти, включващи реални възнаграждения за участниците

Поради многото критики от страна на някои експериментални икономисти като Грийтър и Плот, свързани с лабораторните експерименти, включващи алтернативни хипотетични избори, поведенческите икономисти започват да използват експерименти, включващи реални възнаграждения за участниците, които биха дали далеч по-надежди и най-вече по-достоверни резултати при провеждането на дадено изследване. В хода на историческото развитие на поведенческата икономика те постепенно изместват лабораторните експерименти, включващи алтернативни хипотетични избори.

Едни от най-известните експерименти, включващи реални възнаграждения за участниците, са проведени от Даниел Канеман, Джак Кнетч и Ричард Талер. Техните експерименти включват действителна размяна между участниците на различни видове крайни блага с помощта на жетони, всеки един от които има някаква номинална стойност, и в края на експеримента участниците могат да ги разменят за истински пари. Крайните блага, които са разменяли участниците по време на експеримента, са чаши за кафе и бинокли за наблюдение (вж. Kahneman, Knetsch & Thaler, 1990).

Целта на тази серия от експерименти е била да се изследва ефектът на притежанието (the endowment effect). В началото на всеки от експериментите участниците получават определен брой жетони. След това (вече по време на експериментите), използвайки жетоните, които са им предоставени, участниците имат възможност да извършват помежду си покупко-продажба на чаши за кафе и бинокли за наблюдение. Накрая (след приключването на експериментите) придобитите стоки остават притежание на участниците, а остатъкът от жетоните, както беше посочено, може да се разменя за истински пари. Резултатите от тези експерименти, описани в цитираната съвместна научна статия на Канеман, Кнетч и Талер, показват, че поради ефекта на притежанието участниците ценят много повече дадена стока, когато вече я притежават, в сравнение с първоначалния момент, в който е трябвало да я закупят.

Поведенческите икономисти провеждат също и емпирични проучвания, сравняващи кой от двата разгледани дотук метода – лабораторни експерименти, включващи алтернативни хипотетични избори, или такива, включващи реални

възнаграждения за участниците, е по-подходящ при изследване на даден въпрос или проблем в поведенческата икономика. Колин Камерър и Робин Хоугарт например правят сравнителен анализ между общо 74 експеримента, включващи никакво, малко или голямо възнаграждение за участниците, и достигат до заключението, че за участниците в дадения експеримент няма значителна разлика дали е използвано реално, или никакво възнаграждение (Camerer, & Hogarth, 1999).

Има обаче и други методологични изследвания, които показват наличието на съществена разлика в резултатите, постигнати при използването на лабораторни експерименти, включващи алтернативни хипотетични избори, и такива, включващи реални възнаграждения за участниците. В съвместно проучване Хелън Нийл, Роналд Къмингс, Филип Гандертън, Глен Харисън и Томас Мак-Гъкин например установяват, че участниците, които трябва да избират между хипотетични алтернативи въз основа единствено и само на мисловна дейност, представяйки си, че се намират в дадена ситуация, която реално не съществува, са склонни да заплатят за придобиването на определена стока далеч по-висока цена в сравнение с тези, които трябва да избират между реални алтернативи (Neill, Cummings et al., 1994).

Теренни проучвания

През последните 20 години поведенческите икономисти започват все по-често да използват теренните проучвания като основен изследователски метод в тяхната работа. По принцип такива проучвания могат да се провеждат под различни форми, но двете най-срещани в поведенческата икономика са първичното събиране на емпирични данни на терен и наблюденията в естествена среда. Първият вид се осъществява най-често чрез използването на анкетна карта, в която случайно избран участник в изследването отговаря на определен брой въпроси, след което се извършва анализ на събраните емпирични данни. При втория тип проучвания изследователите се опитват да достигнат до някакви заключения на базата на естественото поведение на наблюдавания обект както на индивидуално ниво, така и на пазарно равнище.

Конкретен пример за *първично събиране на емпирични данни на терен* е изследването на Линда Бабкок, Ксиангхонг Ванг и Джордж Ловенщайн (Babcock, Xianghong & Loewenstein, 1996). В него авторите анализират емпирични данни, събрани от анкетни карти, раздадени на преговарящи при наемането на нови учители в общо 75 училищни района. Анкетите проверяват социалната характеристика на кандидат-учителите във всички училища на всеки един от тези райони, като целта е да се изследва влиянието на определени социални фактори при подписване на договорите за наемане на нови учители.

Добър пример за *наблюдение в естествена среда* е съвместното изследване, проведено от Колин Камерър, Линда Бабкок, Джордж Ловенщайн и Ричард Талер (Camerer, Babcock et al., 1997). Целта е да се проследи зависимостта

между предлаганото дневно количество труд, измервано в работни часове, и заплащането, което са получавали шофьорите на таксите в Ню Йорк. В изследването са използвани данни, събирани от пътните листове на таксиметровите шофьори, в които според местното законодателство те са задължени да водят отчет за това в колко часа даден клиент се е качил в таксито и кога е слезъл от него, а също и за платената от клиента такса. Допълнително са използвани данните от пробег на такситата, както и от касовите им апарати.

Друг пример за такъв тип теренно проучване е описан в научна статия на Дейвид Генесове и Кристофър Майер (Genesove & Mayer, 2001). Целта на тяхното изследване, проведено под формата на наблюдение, е да се изучи поведението на инвеститори в недвижими имоти по време на спад в техните цени. Авторите установяват, че при такава ситуация поведението на инвеститорите е подчинено на т.нар ефект на отвращение от загубата (the loss aversion effect). Под въздействието на този ефект, притеснени от факта, че е възможно да продадат своите имоти на цена, по-ниска от заплатената от тях за закупуването им, инвеститорите са изчаквали с надеждата, че цените евентуално отново ще се повишат. Колкото по-дълго са изчаквали обаче, надявайки се, че пазарът може да се обърне нагоре, толкова повече пари са губили, защото цените на имотите са продължавали все повече да намаляват. В крайна сметка инвеститорите са продали своите недвижими имоти на много по-ниска цена в сравнение с тази, която биха получили в началото на спада, т.е. ако веднага са продали своите имоти.

В подобно изследване Джеймс Чой, Дейвид Лейбсън, и Бриджит Мейдриан анализират поведението на инвеститори и по-конкретно на бивши служители на вече банкрутиралата американска компания „Енрон“, които, освен че са били на заплата в компанията, са притежавали и голям брой нейни акции (Choi, Laibson & Madrian, 2005). Авторите установяват, че когато на фондовата борса стойността на акциите на „Енрон“ тръгва надолу, тези служители не са продали своите акции още при първоначалния спад, защото въпреки отрицателните резултати на компанията са се надявали, че стойността им може отново да се повиши. В крайна сметка обаче при банкрута на „Енрон“ техните акции са се обезценили напълно, ставайки абсолютно неликвидни, т.е. служителите са загубили не само работата си, но и своите спестявания, които са били под формата на акции в компанията.

Една от основните причини за все по-честото използване на теренните проучвания като основен изследователски метод в работата на поведенческите икономисти през последните 20 години са множеството критики, отправени към тях от мейнстрийм-икономистите. Според тях при провеждането на лабораторни експерименти липсва външната валидност³ на изследването, независимо дали

³ Външната валидност на едно изследване представлява степента на генерализация на получените от него резултати при дадени условия (при определена външна среда), така че същите резултати да бъдат повторени, ако изследването се проведе при други условия (при друга външна среда).

от участниците се изисква да правят хипотетични избори, или пък е включено някакво реално възнаграждение за тях, поради което получените по този начин резултати не са достатъчно достоверни. Критиците на лабораторни изследвания твърдят, че механично контролираната среда при лабораторни условия е напълно различна от естествената среда на реалния външен свят. Следователно според тях хората правят напълно различни избори, когато са поставени при лабораторни условия, в сравнение с изборите, които биха направили, ако се намират в естествена среда.

По отношение на някои изследвани въпроси, например какво е поведението на хората при интернет-търговия, лабораторните експерименти имат много силна външна валидност, тъй като и в естествена среда, и при лабораторния експеримент факторите, които влияят върху външната среда, са едни и същи. При други изследвания обаче - например какво е поведението на хората, когато спестяват, когато инвестират или когато са на работа, лабораторните експерименти не могат да предоставят достатъчно надеждни резултати.

Основната слабост на теренните проучвания - без значение дали са под формата на първично събиране на емпирични данни чрез използването на анкети и техния анализ, или пък във вид на наблюдения в естествена среда, е, че могат да се установят единствено и само отделни зависимости, които са в корелация помежду си. Проблемът е, че от тези корелации трудно могат да се направят достатъчно убедителни заключения, които да имат своята причинно-следствена връзка. С други думи, ако при провеждането на лабораторни изследвания, както беше посочено, липсва достатъчно убедителната външна валидност на изследването поради отсъствието на естествена среда, то при теренните проучвания в естествена среда не е налице достатъчно убедителна вътрешна валидност.⁴

Провеждане на експерименти в реални условия

За да се разрешат посочените дотук проблеми, през последните близо 15 години в поведенческата икономика започва все по-често да се използва изследователският метод, включващ провеждане на експерименти в реални условия. Положителното при тези експерименти е, че се запазва естествената среда, при която участниците правят своите избори, а това е предпоставка за наличието на външна валидност на изследването. В същото време остава възможността провеждащите експеримента да оказват влияние върху поведението на участниците (разбира се, само до такава степен, която би им позволила да достигнат до достатъчно убедителни заключения, имащи своята

⁴ Вътрешната валидност е степента на точност при определяне на причинно-следствените връзки при повторемост на дадено изследване, т.е. доколко ще се повторят същите причинно-следствени връзки, вече установени при първоначалното изследване, ако то бъде проведено отново.

причинно-следствена връзка). С други думи при този метод се запазва както вътрешната така и външната валидност на изследването.

Едни от първите учени, занимаващи се с експерименти в реални условия, са Ещер Дуфло и Емануел Саез (вж. Duflo & Saez, 2002). Малко след тях Глен Харисън и Джон Лист стигат до извода, че използването на такъв тип експерименти се превръща в новото „златно правило“ за успешни изследвания в поведенческата икономика, тъй като те се провеждат в идентична среда на тази, при която икономическите агенти по принцип правят своите избори (Harrison & List, 2004).

Експериментът на Дуфло и Саез се отнася до голяма бизнес-компания, която се състои от много на брой вътрешни отдели. В определен ден от седмицата в извънработно вечерно време в конферентната зала на компанията предстои да се проведе информационна среща относно възможностите за пенсионно спестяване, което ще бъде от полза за работниците. Всеки служител, който желае да участва в срещата, трябва да се запише предварително, тъй като местата са ограничени. За да се повлияе до известна степен върху поведението на участниците, се приема, че записаните работници от някои отдели ще получат бонус от 20 USD за това, че ще присъстват, а на служители от други отдели няма да се плаща нищо. Очаквано резултатите от изследването показват, че за информационната среща са се записали повече членове на отделите, които са получили по 20 USD, в сравнение с тези от другите отдели, където липсва такъв мотивационен стимул за присъствие. Броят на последните обаче не е съществено по-малък, отколкото на служителите от отделите, за които е предвидено да вземат по 20 USD мотивационен стимул. В крайна сметка Дуфло и Саез достигат до извода, че независимо от мотивационния стимул служителите на бизнес-компанията са заинтересувани да получат конкретна информация от обществено значение.

В свое проучване, сравняващо множество експерименти относно ценовата стратегия „плати-колкото-искаш“ (Pay-What-You-Want pricing strategy), Хенрик Егберт и Матиас Греиф (вж. Egbert & Greiff, 2016) дават като пример и един експеримент в реални условия на Джу-Янг Ким, Катарина Кауфман и Мануел Стегеман (Kim, Kaufmann & Stegemann, 2014). Той е проведен в престижен ресторант, предлагащ скъпи ястия. Целта е да се изследва каква цена биха заплатили клиентите за ястията, които са поръчали и консумирали в ресторанта, ако имат възможност сами да я определят според ценовата стратегия „плати-колкото-искаш“. В експеримента фигурират единствено ястията без напитките, а участниците са съответно клиентите на ресторанта, които нямат представа, че са включени в такъв научен експеримент. Те се намират в своята естествена среда, което е предпоставка за запазване на външната валидност на изследването. В същото време, за да повлияят върху поведението на участниците, организаторите на експеримента им предоставят конкретна информация с нормалната цена на ястията, което е предпоставка за запазване на вътрешната валидност на изследването. Резултатите от експеримента показват, че

разполагайки с информация за нормалните цени на ястията, при определяне на цената, която сами биха избрали да платят, клиентите се доближават до реалната цена.

Сканиране на мозъка чрез функционален ядрено-магнитен резонанс (fMRI)

В началото на XXI век се заражда нов дял от икономическата наука - невроикономиката. Според Колин Камерър, Джордж Ловенщайн и Дрейзън Прелец, служейки си с теории и изследователски методи от невробиологията, тя има за цел да обясни човешкото поведение на икономическите агенти (вж. Camerer, Loewenstein & Prelec, 2005). Изследванията в тази сфера се провеждат под формата на експерименти в лабораторни условия, но според невроикономистите техните резултати са далеч по-убедителни в сравнение с традиционните лабораторни експерименти, провеждани в поведенческата икономика от средата на XX век.

Един от основните изследователски методи в невроикономиката е функционалният ядрено-магнитен резонанс (functional magnetic resonance imaging - fMRI), чрез който може да се сканира човешкият мозък, докато лицето участва в даден лабораторен експеримент. По такъв начин може да се установи кои точно когнитивни и емоционални процеси се задействат в мозъка, докато участникът в изследването прави конкретен избор. Единствените предпоставки за провеждането на fMRI в лабораторни условия са: *първо*, експериментаторите да имат достатъчно добри познания по невробиология, тъй като на базата на сканиране на мозъка се правят изводи, засягащи икономически решения; *второ*, да разполагат с необходимата медицинска апаратура.

Въздействие върху мозъка при сканиране чрез транскраниална магнитна стимулация (TMS)

Освен традиционния fMRI през последните 10 години в невроикономиката започва да се използва още един изследователски метод за сканиране на мозъка в лабораторни условия - транскраниалната магнитна стимулация (Transcranial Magnetic Stimulation - TMS). При нея е възможно не само да се наблюдава кои точно когнитивни и емоционални процеси се задействат в мозъка, докато даден участник, подложен на такова изследване, прави своите избори, но също и изкуствено да се въздейства върху мозъка на вземащия решения, което води до получаването на още по-убедителни резултати.

Едно от първите изследвания, използващо транскраниална магнитна стимулация, е проведено от Дария Кnoch, Паскуал-Леоне Алваро, Каспар Майер, Валери Трайер, и Ърнст Фехер под формата на експеримент в лабораторни условия, при който има двама участника (вж. Knoch, Alvaro et al., 2006). На единия са дадени 20 USD и той трябва да ги разпредели в някакво съотношение по негов личен избор между себе си и другия участник. От втория участник се

изисква единствено да избере дали приема, или отказва направеното от първия участник предложение. Ако той приеме предложението, тогава и двамата участници получават пари, но, ако го откаже, и двамата остават без парична награда. Целта на експеримента е да изследва кой от посочените психологически мотиви има по-силно въздействие върху втория участник, ако му е направено несправедливо предложение за разпределение на парите – неговата реципрочна морално-етична преценка за наличието на справедливост/несправедливост в отправеното му предложение, или преследването на личния му интерес за материално благополучие.

Три години по-рано същият експеримент е проведен от Алан Санфи, Джеймс Рилинг, Джесика Ейрънсон, Лий Найстром и Джонатан Коен, но при него е използван функционален ядрено-магнитен резонанс, чрез който може единствено да се наблюдава кои точно части на мозъка се задействат при правенето на избори от участниците (Sanfey, Rilling et al., 2003). Резултатите от това изследване показват, че наистина при втория участник е налична пълна реципрочност на неговата морално-етична преценка за това дали някое предложение е справедливо, или несправедливо. С други думи, когато първият участник реши да предложи на втория 1 USD, а той да задържи останалите 19 за себе си, което очевидно е несправедливо разпределение на парите, тогава у втория участник се задейства неговата реципрочна морално-етична преценка за несправедливост и той отказва направеното му предложение. Съответно и двамата участници не получават нищо.

В хода на самия експеримент авторите забелязват, че вторият участник винаги подхожда в своите действия реципрочно на първия, т.е. когато той е справедлив при отправянето на предложение, тогава и вторият участник се държи мило и дружелюбно с него. И обратно, когато първият участник е несправедлив при отправянето на предложение, тогава и вторият се държи хладно и враждебно с него. Освен това при сканиране на мозъка на втория участник чрез използването на функционален-ядрено магнитен резонанс се установява, че когато той получава несправедливи предложения, дясната страна на дорзолатералната префронтална асоциативна кора в неговия мозък става по-активна спрямо лявата. Според невробиологията в такъв случай моралните и етичните норми за справедливост на даден човек имат по-силно въздействие върху поведението му. И обратно, когато по-активна е лявата страна на дорзолатералната префронтална асоциативна кора в мозъка, тогава егоистичните подбуди и желания оказват по-голямо въздействие върху поведението на съответния човек.

Както вече беше посочено, през 2006 г. Кноч, Алваро, Майер, Трайер и Фехер за първи път използват транскраниална магнитна стимулация при сканиране на мозъка на втория участник в експеримента. Именно с помощта на TMS те успяват по изкуствен начин да „приспят“ в напълно пасивно състояние дясната страна на дорзолатералната префронтална асоциативна кора в мозъка на втория участник. Резултатите показват, че при него вече липсва реципрочността

на морално-етичната преценка за това дали дадено предложение е справедливо, или несправедливо. Вместо това при правенето на своите избори участникът е воден изцяло от личния си интерес за натрупване на материално благополучие (вж. Knoch, Alvaro et al., 2006). Или, дори когато единият участник предложи на другия само 1 USD, а той задържи останалите 19 за себе си, вторият е склонен да приеме направеното му предложение, тъй като е воден от своя личен интерес - за него е по-важно да получи 1 USD, отколкото нищо.

*

Във връзка с въпроса кой от всички изложени изследователски методи е най-подходящ за използване в дадено изследване, можем да обобщим, че изборът на метод зависи изцяло както от неговия мащаб, така и от финансовите възможности на изследователя. Ако например даден експеримент се извършва за целите на дисертационна работа, то е рационално провеждането на лабораторен експеримент, включващ алтернативни хипотетични избори. Когато обаче става въпрос за авторитетно изследване, което би могло да се проведе и съвместно от няколко учени, то тогава е препоръчително използването на теренни проучвания или на експерименти в реални условия, които притежават както вътрешна, така и външна валидност.

Използвана литература:

Babcock, L., Wang Xianghong, G. Loewenstein (1996). Choosing the wrong pond: Social comparisons in negotiations that reflect a self-serving bias. - Quarterly Journal of Economics, Vol. 110, p. 1-19.

Camerer, C., L. Babcock, G. Loewenstein, R. Thaler (1997). Labor supply of New York City cabdrivers: One day at a time. - Quarterly Journal of Economics, Vol. 112, p. 407-441.

Camerer, C. F. & R. M. Hogarth (1999). The effects of financial incentives in experiments: A review and capital-labor-production framework. - Journal of Risk and Uncertainty, Vol. 19, p. 7-42.

Camerer, C. F. & G. Loewenstein (2003). Behavioral economics: Past, present, future. – In: Camerer, C., G. Loewenstein and M. Rabin (eds.). Advances in Behavioral Economics. New York and Princeton: Russell Sage Foundation Press and Princeton University Press, p. 3-51.

Camerer, C., G. Loewenstein, Prelec Drazen (2005). Neuroeconomics: How neuroscience can inform economics. - Journal of Economic Literature, Vol. 43, p. 9-64.

Choi, J. J., D. Laibson, B. C. Madrian (2005). Are empowerment and education enough? Underdiversification in 401(k) Plans. - Brookings Papers on Economic Activity, Vol. 2, p. 151-198.

Duflo, E. & E. Saez (2002). Participation and investment decisions in a retirement plan: the influence of colleagues' choices. - Journal of Public Economics, Vol. 85, p. 121-148.

Egbert, H. & M. Greiff (2016). A Survey of the Empirical Evidence on PWYW Pricing. Bulgarian Economic Papers, 02-2016.

Gardner, H. (1987). The mind's new science: A history of the cognitive revolution. New York: Basic Books.

Genesove, D. & Ch. Mayer (2001). Loss aversion and seller behavior: Evidence from the housing market. - Quarterly Journal of Economics, Vol. 116, N 4, p. 1233-1260.

Grether, D. & Ch. Plott (1979). Economic Theory of Choice and the Preference Reversal Phenomenon. - The American Economic Review, Vol. 69, N 4 (September), p. 623-638.

Harrison, G. & J. A. List (2004). Field experiments. - Journal of Economic Literature, Vol. 42, p. 1013-1059.

Kahneman, D. & A. Tversky (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. - Econometrica, Vol. 47, p. 263-291.

Kahneman, D., J. L. Knetsch, H. R. Thaler (1990). Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem. - Journal of Political Economy, Vol. 98, p. 1325-1348.

Kim, Ju-Young, K. Kaufmann, M. Stegmann (2014). The impact of buyer-seller relationships and reference prices on the effectiveness of the pay what you want pricing mechanism. - Marketing Letters, Vol. 25, p. 409-423.

Knoch, D., P.-L. Alvaro, K. Meyer, V. Treyer, E. Fehr (2006). Diminishing reciprocal fairness by disrupting the right prefrontal cortex. - Science 3, Vol. 314 (5800), p. 829-832.

Lambert, C. A. (2006). The marketplace of perceptions. - Harvard Magazine, March-April, p. 50-95.

Lichtenstein, S. & P. Slovic (1971). Reversals of preference between bids and choices in gambling decisions. - Journal of Experimental Psychology, Vol. 89, p. 46-55.

Neill, H. R., R. G. Cummings, Ph. Ganderton, G. W. Harrison & Th. McGuckin (1994). Hypothetical surveys and real economic commitments. - Land economics, Vol. 70, N 2, p. 145-154.

Sanfey, A. G., J. K. Rilling, J. A. Aronson, L. E. Nystrom, J. D. Cohen (2003). The neural basis of economic decision-making in the ultimatum game. - Science, Vol. 300, p. 1755-1757.

Weber, R. & R. Dawes (2005). Behavioral economics. – In: Smelser, N. J. & R. Swedberg (eds.). The handbook of economic sociology (2nd ed.). Princeton: Princeton University Press, p. 90-108.

27.X.2016 г.

РАЗМИСЛИ ПО ПОВОД НОВАТА КНИГА НА ДЖОУЗЕФ СТИГЛИЦ

Наскоро излезе преводът на български език на новата книга на Джоузеф Стиглиц „Евро – как една обща валута застрашава бъдещето на Европа“.¹ Авторът е нобелов лауреат,² бивш главен икономист на Световната банка и добре известен в България като икономически съветник на президента (2001 – 2011 г.) Георги Първанов. Само това е достатъчно, за да предизвика интерес към новото му изследване, но без съмнение стряскащото заглавие ще накара и специалисти да посегнат към книгата. Доколко това е маркетингова стратегия или безспорно доказана научна истина, е въпрос, на който всеки читател ще трябва да си отговори сам.

В контекста на проточилата се дългова криза в еврозоната съвсем логичен изглежда въпросът дали и до каква степен за това е виновна общата валута. Отговорът на Стиглиц е доста категоричен. Както в това, така и в предходни изследвания авторът системно прокарва тезата си, че създаването на еврото е „фатална грешка“ [*Тази привидна загадка (дълговата криза – б.а., В.Й.) има просто обяснение – фаталното решение от 1992 г. да се приеме една обща валута, без да бъдат осигурени институциите, чрез които тя да заработи. Добрите валутни споразумения не гарантират благоденствие, но дефектните валутни споразумения могат да доведат до рецесии и депресии*], с. 16]. Аргументите на Стиглиц са, че паричният съюз е изграден върху погрешната неолИБЕРАЛНА стратегия, постулираща ефективност на финансовите пазари, което в крайна сметка довежда до дългова криза и до едно цяло загубено десетилетие за Европа. Припомня се основният проблем на еврото – паричният съюз е асиметричен, а централизираната парична политика влиза в непреодолимо противоречие с провежданите национални политики по отношение на фиска, доходите, заетостта и т.н. Казано накратко, с въвеждането на обща валута икономическата интеграция далеч изпреварва политическата – нещо, което (според Стиглиц) е не само погрешно, но и изключително опасно, тъй като води до нарастване на финансовата нестабилност, пречи на реалната конвергенция, предизвиква икономическо неравенство (както между отделните страни, така и вътре във всяка от тях) и в крайна сметка оказва негативно влияние върху развитието на демократичния процес. [*Както отбелязахме, една от причините за неуспеха на еврозоната е, че икономическата интеграция изпревари политическата. Надеждата беше, че политиката ще настигне икономиката. Но докато разделението и недосъгът на демокрацията нарастват, вероятността това да се случи намалява*], с. 61].

¹ Книгата е преведена от Елена Филипова и е издадена от издателство „Изток Запад“.

² През 2001 г. заедно с Майкъл Спенс и Джордж Акерлоф Стиглиц получава Нобелова награда за приносите в изследванията на пазари с информационна асиметрия.

Фактът, че еврозоната не е оптимална валутна зона (според критериите на Мъндел, МакКинън и Кенън), е известен отдавна. Въпросът е дали това може да се компенсира с налагането на някакви ограничения, каквито предвиждаше Пакта за стабилност и растеж в по-ранен период, или пакта Евро-плюс в по-късен. Оказва се, че самите ограничения не са убедително формулирани и, което е още по-лошо, много често не се спазват дори от страните, които най-много са настоявали за тяхното налагане - Франция и Германия. В такива условия е много лесно да се направи заключението, че общата валута не изпълнява пълноценно предназначението си и наистина има пряка връзка с дълговата криза. Неправдоподобно звучи евото да е първопричина за кризата, но изглежда напълно достоверно общата европейска валута да е сериозна пречка за преодоляването или поне за смекчаването на последиците от дълговата криза.

Критиките на Стиглиц относно преждевременното въвеждане на еврото не са нови. Той е един от основните критици още от зараждането на идеята за обща валута, като аргументите му се основават на неизпълнението на критериите за оптимална валутна зона (мобилност на факторите на производство; сходни бизнес-цикли; симетричност на шоковете; значими фискални трансфери; хомогенност на колективните предпочитания и др.). Тази „научна принципност“ обаче изглежда доста странна и дори прекомерна. Теоретичните подходи в областта на икономиката никога не са имали силата на категорично установени закономерности. Със сигурност не всички критерии са изпълнени, пък и това едва ли е възможно. Струва си да се отбележи, че дори създателят на теорията за оптималните парични зони Робърт Мъндел е бил активен поддръжник на идеята за обща валута въпреки очевидното разминаване с някои от критериите. Всъщност големият въпрос тук е дали процесът на европейската интеграция трябва да се основава на неолибералния подход (т.е. да бъде резултат от протичащите пазарни процеси), или решително да се скъса с него и суверенитетът на паричната политика да се прехвърли към нова централна институция. Странно е, че Стиглиц, който обикновено е в първите редици на борбата срещу неолиберализма, в случая го защитава.

Друг съществен момент е, че подходът на Стиглиц невинаги е балансиран. Например, когато разглежда проблемите в държавите от периферията на еврозоната, които нарича „жертви“ (особено в случая с Гърция), авторът е силно критичен към предприетите действия от страна на т.нар. Тройка (МВФ, ЕЦБ и ЕК, които нарича „виновници“), но не прави анализ на политиките на тези страни и по-специално в предкризисния период, които са решаващи за последвалите проблеми. Според автора *жертвите* са били в състояние на невъзможност да предотвратят огромните размери на входящите капиталови потоци, които се израждат в дефицити по текущата сметка на платежния баланс и/или бързо нарастване на цените както на реалните (жилища, офиси), така и на финансовите активи. На пръв поглед този аргумент звучи убедително, но прикрива вината на т.нар. *жертви*, които са имали възможности да реагират, но поради конюнктурни интереси, преплетени с политически пазарлъци, са предпочели да не предприемат никакви мерки до момента, в който вече става късно да се реагира. Едно сравнение на провежданата икономическа политика непосредствено преди

глобалната финансова криза в страни като Гърция, Испания, Португалия, Италия и др. ще открие много прилики, които лесно се асоциират с последвалите проблеми. Не е добре изяснен въпросът доколко глобалната криза е виновна за дълговата криза в Европа и до каква степен това е предизвикано от общата валута. С други думи, щеше ли да има дългова криза, ако нямаше глобална финансова криза, която се заражда в САЩ, но ефектите ѝ бързо се разпространяват в целия свят и особено в Европа?

Привържениците на еврото правилно отбелязват, че от самото си начало това е бил както икономически проект, целящ просперитет, основан върху резултатите от икономическата интеграция, така и политически проект, целящ сближаване на различните страни и осигуряване на мирно съществуване чрез необратимо взаимно обвързване на икономиките. В днешните смутни времена значимостта на политическата интеграция определено се засилва. Разбира се, едновременното изпълнение и на двете цели би било прекрасно, но очевидно това не се случва. Всъщност опасенията са, че еврото се проваля и по двете направления, което заплашва не само икономическото благоденствие, но потенциално и мира в Европа. [*Еврото не успя да постигне никоя от двете си принципни цели – благоденствие и политическа интеграция, като тези цели сега са по-далечни, отколкото бяха преди създаването на еврозоната. Вместо мир и хармония европейските страни сега се гледат с взаимно недоверие и гняв. Възраждат се стари стереотипи – Северна Европа вижда Юга като мързелив и ненадежден, раздухват се спомени за поведението на Германия през световните войни*, с. 37]. Този цитат е показателен за важността на европейския проект, от който общата валута е само част.

Еврото понякога се оприличава на „лош брак“, т.е. привличането не е достатъчно за изграждане на здрава връзка. Ако трябва да се припомни една стара поговорка, „истинската любов не е, когато двама души се гледат в очите, а когато гледат в една посока“. Случаят с еврозоната е далеч по-сложен, защото засяга 19 подчертано различни страни, които (може би?) въобще не е трябвало да се събират заедно и определено гледат в различни посоки. Ако трябва да се продължи аналогията с лошия брак, проблемите налагат допитването до брачен консултант, а неговият първи въпрос би бил „Трябва ли да се спасява този брак?“. Преведен на финансов език, въпросът звучи така „Разходите, свързани с прекратяването на паричния съюз (икономически и политически), ще са огромни, но дали разходите за неговото поддържане няма да са още по-високи?“. Въпросът е съвсем логичен и прост, но едва ли може да получи еднозначен отговор. На този етап няма апробирана методология за остойностяване на всички ползи и разходи от участието в паричен съюз и едва ли такава ще се създаде в обозримо бъдеще. Позоваването само на общотеоретични принципи (каквито са критериите за оптимална валутна зона) не може да помогне, доколкото политическите ефекти (например запазването на мира в Европа) на практика нямат цена или тя е толкова висока, че обезсмисля използването на всякакви модели за количествена оценка на ползите и разходите.

Въпреки острите си критики - къде оправдани, къде не, още в предговора Стиглиц заявява, че еврото все още може да бъде спасено, но затова ще са

нужни решителни реформи както в провежданите политики, така и в институциите. Позицията на автора е красноречива [„Европейският проект е прекалено важен, за да бъде унищожен от еврото“, с. 26]. Стилглиц очертава три варианта за еврото: решително реформиране; дружелюбен развод; междинен вариант, но подчертано различен от сегашния. Казано накратко, той препоръчва или „повече Европа“ (реформи), или „по-малко Европа“ („развод“).

По отношение на *първия вариант* Стилглиц предлага мащабна реформа, включваща различни елементи:

- създаване на банков съюз;
- обединяване (консолидиране) на дълга и емитиране на общи европейски облигации;
- реформа на общата рамка за стабилност чрез:
 - реформа на Маастрихтските критерии;
 - нов пакт за растеж, подкрепен от солидарен фонд за стабилизация;
 - приемане на прогресивни автоматични стабилизатори;
 - засилване на гъвкавостта на паричната политика;
 - въвеждане на допълнителни регулации за ограничаване на нестабилността;
 - активна антициклична фискална политика и рязко увеличаване на фискалните трансфери;
- провеждане на истинска (реална) конвергентна политика:
 - обезсърчаване на търговските излишъци (възраждане на идеята на Кейнс за облагане на излишъците??);
 - експанзивни доходна и фискална политики в страните с излишъци;
 - провеждане на индустриални и инфраструктурни политики;
- политики, насърчаващи пълната заетост и растеж чрез промяна на мандата на ЕЦБ;
- ангажираност с общия просперитет и борба с неравенството.

Изброените реформи действително са нужни и по голяма част от тях се работи далеч преди публикуването на тази книга. Стилглиц обаче безспорно е прав в едно отношение – протакането, нерешителността и (понякога) безпринципността при взимането на *обвързващи* решения изправят еврозоната пред допълнителни трудности. Един от съществените липсващи елементи на еврозоната например е добре функциониращ банков съюз, което изостря противоречията между нуждата да се осигурява стабилност за банковата система в зоната като цяло и икономическите интереси на отделните държави. Омагьосаният кръг е разкъсан чак в края на 2014 г., когато официално стартира банковият съюз.³ Той

³ Банковият съюз е създаден през ноември 2014 г. като реакция на финансовата криза и сега включва два елемента - единния надзорен механизъм (ЕНМ) и единния механизъм за реструктуриране (ЕМП). ЕНМ упражнява надзор върху най-големите и най-важните банки в еврозоната непосредствено на европейско равнище, докато целта на ЕМП е да се извършва организирано реструктуриране на неплатежоспособни банки, като се сведат до минимум разходите за данъкоплатците и за реалната икономика. Сега се обсъжда третият елемент - европейска схема за застраховане на депозитите (ЕСЗД).

обаче все още е непълноценен и ще остане такъв до създаването на общия гаранционен фонд.

По отношение на предложението за консолидиране на дълга и емитиране (от ЕЦБ?) на общи европейски облигации трябва да се спомене, че тази идея също отдавна се обсъжда.⁴ Тя има своите привърженици (особено сред задлъжнелите държави), но решителното противопоставяне от страна на Германия, подкрепена от Холандия, Австрия и Финландия прави идеята неосъществима на сегашния етап. Интересно е да се отбележи, че България (в лицето на бившия министър на финансите С. Дянков) също е една от държавите, които се противопоставят на общите европейски облигации. По-важното обаче е да се припомни, че Европейският стабилизационен механизъм (който се очаква да генерира дълг за около 700 млрд. EUR) и планът „Юнкер“ (дълг за около 300 млрд. EUR) на практика имат характеристиките на общ европейски дълг. Нещо повече – ЕЦБ вече няколко години провежда масирана политика по изкупуване на държавни (и не само държавни) облигации, което води до рязко нарастване на резервните пари и съответно на баланса на ЕЦБ, който вече надвишава този на Федералния резерв на САЩ. Отделен въпрос е как ще се свие неимоверно набъбналият баланс до по-нормални размери.

Засега няма разумен отговор на този въпрос, но това, което предизвиква учудване, е какво повече очаква Стиглиц от ЕЦБ. Бегло се споменава, че трябва де са промени мандатът на банката, т.е. да не се преследва само ценова стабилност, а като крайни цели да се заложат заетостта и растежът – нещо, напомнящо дискреционния характер на политиката на Федералния резерв. Убеден съм, че повечето европейски икономисти, занимаващи се с монетарна политика, имат сериозни резерви към разширяването на мандата на ЕЦБ. Натрупаният опит през последните десетилетия (особено в лицето на инфлационното таргетиране) недвусмислено показва ефективността на единичния и ясно формулиран мандат. Проблемите в еврозоната не се дължат на някаква рестриктивност на провежданата от ЕЦБ политика (всъщност политиката на банката още преди кризата е по-скоро експанзионистична), а на преждевременното присъединяване към паричния съюз на някои страни от периферията на Европа, което става въпреки очевидното и грубо нарушение на Маастрихтските критерии. Със сигурност това е добре известно на автора и именно поради тази причина обвиненията към политиката на ЕЦБ звучат пресилено.

Стиглиц е прав (за съжаление този факт често се премълчава), че политиката на ЕЦБ наистина облагодетелства държавите с високи търговски излишъци (основно Германия), което от своя страна води до задълбочаване на неравенството както в Европейския съюз, така и в еврозоната. Това обаче, колкото и да е вярно, представлява само *„едната страна на монетата“*. Да, Германия определено има своите отговорности към стабилността на еврозоната и нейните политики невинатаги отговарят на общия интерес. Ще бъде несправедливо обаче да не се отбележи, че Германия също направи и продължава да прави компромиси –

⁴ Идеята за общи европейски облигации датира още от 2010 г. Тя е дискутирана в ЕК през 2011 и 2012 г., но така и не се стига до решение.

нещо, което Стийглиц упорито премълчава. Германците бяха и продължават да са доволни от политиката на Бундесбанк и ако навремето имаше референдум, съвсем не е сигурно дали щяха да се откажат от стабилността, която им осигуряваше германската марка, т.е. отказът от националната валута (който Великобритания, Дания и Швеция не пожелаха да направят) е сериозен компромис. Няма съмнение, че Германия е в основата на европейския проект и никой не трябва да се изненадва, че ЕЦБ до голяма степен продължава политиката на Бундесбанк, но вече на европейско равнище. Може и да изглежда несправедливо, но това е цената на компромиса и това беше обещанието на германските политици към техния народ, за да може да се осъществи проектът за единна валута. В интерес на истината трябва да се признае, че през последните години тези обещания все по-често и все по-драстично се нарушават. Дали ефективно позволявайки на местните централни банки да емитират нови евра; дали чрез мълчаливото съгласие натрупването на неплатени сметки да е за сметка на клиринговата система; дали чрез наскоро въведения и впоследствие усилен европейски вариант на „количествени облекчения“ – ЕЦБ все повече се отдалечава от прословутата консервативна политика на Бундесбанк. Ако тази политика продължи, не е трудно да се предскаже, че при първите симптоми на зараждаща се инфлация⁵ недоволството от еврото и призивите за напускане на еврозоната ще се преместят от периферията (Гърция и Италия) към центъра (Германия, Австрия, Холандия). А представата за единна европейска валута без германско участие е, меко казано, наивна.

На теория радикалните структурни промени винаги трябва да отговарят на някакъв критерий за оптимален избор. В случая с еврото идеята, че паричният съюз обезателно изисква и фискален съюз, също е форма на оптимизация на управленската политика. Това разбиране е толкова дълбоко залегнало в теорията за оптималната валутна зона, че отдавна се е превърнало в клише за всички противници на идеята за обща валута. Предполага се дори, че фискалният съюз трябва да предхожда паричния – нещо, което звучи логично, но далеч не е доказано. Колкото и сходни да изглеждат на пръв поглед, фискалната и паричната хармонизация имат съществени разлики, доколкото едната в крайна сметка представлява еднократен акт, а другата е продължителен процес. Че това е така, може да се види дори от историческото развитие на САЩ, където процесът на фискална конвергенция между различните щати все още продължава въпреки общата парична единица. Стийглиц посочва, че това изисква мащабни трансфери между различните региони, но нали това е идеята на структурните и на Кохезионния фонд? Тяхното значение наистина е голямо и би трябвало да се разширява. Необходимо е да се посочи, че в това отношение има още много какво да се желае. Например нетното финансово участие на Германия в общите европейски фондове е под 1% от БВП, а

⁵ Такава възможност изглежда малко вероятна сега, но е напълно реална в средносрочен план, особено при по-рязка корекция на цените на енергоресурсите, което може да се очаква в условията на нарастващо глобално напрежение. В тази насока ще действа и необходимостта от свиване на баланса на ЕЦБ. Реструктурирането на китайската икономика - увеличаването на значението на вътрешното търсене за сметка на намаляване на нетния износ, също крие потенциална инфлационна динамика в глобален мащаб.

би трябвало да е доста по-голямо. Призивите за увеличение на фискалните трансфери обаче се сблъскват с често оправданото недоволство от начините на тяхното изразходване, пораждащо сериозен проблем със задълбочаването на проблема с моралния хазарт.

Вторият вариант, предлаган от Стиглиц, е т.нар. *дружелюбен развод*. Авторът специално подчертава, че това може да е раздяла [... не непременно на 19 различни валути, каквито съществуваша преди еврозоната, но поне на няколко (две или три) различни валутни групировки“, с. 310]. Тук Стиглиц също едва ли има претенции за новаторство – идеята за „Европа на няколко скорости“ е лансирана от г-жа Меркел още преди пет години, а през последните месеци като че ли тя отново набира скорост, без това да е свързано с изследванията на Стиглиц. В конкретен план авторът предлага идеи как да се напусне еврото, без това да доведе до икономически сътресения и при гарантирането на просперитета на Европа. Специално внимание се отделя на управлението както на фискалния дефицит, така и на дефицита по текущата сметка на платежния баланс и реструктурирането на държавния дълг. Важен момент е преустройството на банковата система и създаването на условия за кредитиране на инвестиционния процес.

Написаното от Стиглиц по повод начините за излизане от еврозоната изглежда понякога измамно, дори плашещо лековерно. Прокарва се дори идеята (макар и съвсем бегло на с. 331), че по-лесен начин за оздравяването на Европа е едно алтернативно решение – да напуснат паричния съюз не кризисните страни като Гърция, а Германия, Холандия, Финландия и евентуално други северноевропейски държави. Тази идея дори не заслужава да се коментира. По-нататък Стиглиц пише: „Мнозина в Европа ще бъдат натъжени от смъртта на еврото. Това не е края на света – валутите идват и си отиват“, с. 333]. Със сигурност това няма да е края на света, но никъде в тази част на книгата няма анализ на евентуалните последици (политически и икономически) от разпада на еврозоната. Ще е много наивно да вярваме, че такъв процес би протекъл гладко и дружелюбно. Много по-вероятно е разпадът на еврозоната да предизвика и разпад на Европейския съюз, за последиците от което е невъзможно да се направи дори приблизителна оценка. Със сигурност това ще доведе до продължителна финансова и икономическа криза, съпроводени с взаимни обвинения и неминуемо нарастване на политическото противопоставяне между отделните страни и региони. За съжаление историческата памет ни учи, че такъв тип противопоставяне най-често завършва с военен конфликт.

Третият вариант, който по същество представлява комбинация от предходните два, е наречен от Стиглиц „*гъвкаво евро*“. Основната идея е да се приложат някои от инструментите, описани в главата за „*дружелюбния развод*“, за да се установи достатъчно координация в политиките, така, че колебанията на тези еуровалути да бъдат ограничени [с. 336]. Предлага се вместо единна валута за цялата днешна еврозона, да има няколко групи, всяка със своя валута. При тази система еврото на една страна може да варира спрямо еврото на друга, като колебанията ще бъдат ограничавани чрез специално създадена ваучерна система. Нейната основна цел е да се поддържа баланс между нетните плащания от и към чужбина - износителите (например Германия) ще получават по сметките си не

само плащания в местното евро, но и определен брой ваучери, а вносителите ще трябва да закупуват съответния брой ваучери в допълнение към плащанията от своите сметки. По такъв начин системата от пазарно търгуеми ваучери ще гарантира, че стойността на износа се равнява на стойността на вноса и няма да има нетен поток от или към платежната система на конкретно взета страна [с. 337].

Признавам, че не съм в състояние да осмисля приложимостта на тази идея. Винаги съм се притеснявал от простите решения на сложните проблеми. Не мога да си представя как една силно конкурентна икономика като германската, разчитаща на голям износ, високи нива на спестявания, балансиран бюджет, умереност в заплащането на труда, би се вписала в една система, която на практика ще заличи всички позитиви от типа на провежданата икономическа политика. Не разбирам още как подобна система би допринесла за намаляване на степента на икономическото неравенство. Какъв ще бъде ефектът върху конкурентните предимства и мотивацията на производителите в една система, заплащаща само част от цената в реална валута, а останалата във т.нар. ваучери? Доколко това наистина би могло да ограничи колебанията в разменните курсове между отделните групи евро? Съществува ли възможност за преминаване от една група в друга? Ако процесът на икономическа интеграция е все още жив след такава промяна, няма ли логично да се породи стремеж към фиксиране на обменните курсове между различните групи? Има още много въпроси, свързани с третия предложен вариант, на които не са дадени задоволителни отговори. Определено смятам, че този вариант е доста екзотичен и изпитвам дълбоки съмнения относно реалната му приложимост.

Въпреки критичните на места бележки книгата на Стиглиц е полезно четиво и я препоръчвам на интересувашите се от проблемите и дебатите относно макро-икономическата теория и практика. Всъщност изследването далеч надхвърля рамките на заявеното в заглавието. То по-скоро може да се причисли към популярната политикономия, където за обсъждане се поставят важни въпроси от съвременното развитие на човечеството. Стилът е съзнателно опростен и достъпен за широк кръг читатели и със сигурност ще допадне на всички, търсещи аргументи, а не готови рецепти.

Доц. д-р Виктор Йоцов