

Таня Генова

**Финансови аспекти от развитието на
електронните разплащания за
увеличаване конкурентоспособността на
малките и средните предприятия**

София, 2024

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

проф. д.ик.н. Евгени Евгениев, главен редактор
доц. д-р Джеймс Йоловски, зам. главен редактор
проф. д.ик.н. Виржиния Желязкова
проф. д-р Юлия Добрева
проф. д-р Даниела Бобева
проф. д-р Емилия Миланова
проф. д-р Григор Димитров
проф. д.ик.н. Красимир Тодоров
проф. д-р Станислав Димитров
проф. д-р Даниела Илиева
доц. д-р Виктория Гацова
доц. д-р Радостина Димитрова

Рецензенти:

проф. д-р Даниела Бобева
проф. д-р Станислав Димитров

© Таня Генова, автор

© Издателство на ВУЗФ „Св. Григорий Богослов“, 2024

ISBN 978-619-7622-65-2

Книга на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“.

СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА ПЪРВА. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ПЛАТЕЖНАТА СИСТЕМА ПРИ Малките и средните предприятия	11
1. Преглед на литературните източници	11
2. Платежна система – понятие и елементи.....	14
2.1. Понятие и същност на платежната система	14
2.2. Участници в платежната система	19
2.3. Видове платежни системи	22
3. Платежни инструменти	26
3.1. Характеристики на платежните инструменти	27
3.2. Видове платежни инструменти	27
4. Карти	33
4.1. Платежните карти – най-разпространеният платежен инструмент.....	33
4.2. Механизъм на разплащане с карти	35
4.3. Участници в картовия платежен процес	37
4.4. Видове карти.....	39
4.5. Картови схеми.....	41
4.6. Иновационни технологии за картови плащания	44
4.7. Сигурност на платежните карти като платежен инструмент	50
4.8. Дигитализация и дигитална трансформация	51
5. Правни основи на електронните разплащания.....	53
5.1. Национална правна уредба.....	53
5.2. Право на Европейския съюз	54
6. Европейски плащания и SEPA.....	60
6.1. SEPA	60
6.2. TARGET2 и RTGS системата	64
6.3. Други европейски платежни системи.....	65
6.4. Въздействие на SEPA върху бизнеса и оперативната дейност	67
7. Роля на платежните системи в икономиката	69
Изводи	71
ГЛАВА ВТОРА. УСЛОВИЯ ЗА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ.....	74
1. Същност на малките и средните предприятия в България.....	74
2. Регулаторна рамка и политики за развитие на малките и средните предприятия	76
2.1. Европейски регулации и политики	76
2.2. Регулаторна рамка в България	78

3. Макро- и микроикономически показатели, измерващи дейността на малките и средните предприятия.....	80
3.1. Общи характеристики на малките и средните предприятия.....	80
3.2. Структура на малките и средните предприятия по селектирани сектори със значение за повишаване на дела на картите плащания.....	92
3.3. Брой на малки и средни предприятия по показател годишен оборот по селектирани сектори.....	103
4. Дигитализация и малките и средните предприятия.....	110
4.1. Дигитализацията на малките и средните предприятия като предпоставка за използване на електронни разплащания.....	110
4.2. Уязвимости на малките и средните предприятия в България по пътя на цифровизацията.....	113
4.3. Развитие на електронната търговия.....	121
5. Използване на електронни разплащания от малките и средните предприятия.....	129
5.1. Динамика на електронни плащания от малките и средните предприятия в България.....	129
5.2. Динамика на електронните плащания в България за периода 2016-2020 г.	129
5.3. Динамика на картите плащания за периода 2016-2022 г.	131
6. Терминални устройства ПОС и АТМ.....	134
7. Индекс на цифровите плащания.....	137
8. Иновативни решения и перспективи за развитие на електронните плащания в България ...	140
Изводи	145
Микро и макро показатели, характеризиращи малките и средните предприятия	145
Дигитализация на МСП.....	145
Електронни разплащания	146
ПОС терминални устройства	147
Иновативни решения в областта на електронните плащания.....	147
ГЛАВА ТРЕТА. ОСНОВНИ ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ЗА РАЗВИТИЕ ЕЛЕКТРОННИТЕ ПЛАЩАНИЯ В БЪЛГАРИЯ	149
1. Изследване на ефектите върху МСП от увеличаване на електронните плащания	149
1.1. Методически основи на изследването.....	149
1.2. Основни резултати от изследването.....	154
2. Финансови аспекти от увеличаване на електронните плащания от малки и средни предприятия.....	170
2.1. Същност и значение на сивата икономика.....	170
2.2. Модели за изчисляване на сивата икономика.....	175
2.3. Иконометрични модели	178
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА	188
Приложения.....	196

ИЗПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ

ACH	– Автоматизирана клирингова къща (<i>Automated Clearing House</i>)
ATM	– Банкомат (<i>Automated Teller Machine</i>)
BIS	– Банка за международен сетълмент (<i>Bank for International Settlements</i>)
CSM	– Механизъм на опериране (<i>Clearing and Settlement Mechanism</i>)
DNS	– Отсрочени нетни системи (<i>Deferred Net Settlement</i>)
DNSS	– Системи за нетен сетълмент (<i>Deferred Net Settlement Systems</i>)
EBA	– Европейска банкова асоциация (<i>European Banking Authority</i>)
OCR	– Оптично разпознаване на символи (<i>Optical Character Recognition</i>)
PDA	– Персонален дигитален асистент (<i>Personal Digital Assistant</i>)
PSD	– Директива за платежните услуги (<i>Payment Services Directive</i>)
RINGS	– Система за брутен сетълмент в левове, работеща в реално време (<i>Real-time Interbank Gross Settlement System</i>)
RTGS	– <i>Real Time Gross Settlement</i>
SEPA	– Единна зона за плащания в евро (<i>Single Euro Payments Area</i>)
STP	– <i>Straight Through Processing</i>
SWIFT	– <i>Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication</i>
TAM	– Модел за приемане на технологиите (<i>Technology Acceptance Model</i>)
TARGET2	– Трансевропейска автоматизирана система за брутен сетълмент на експресни преводи в реално време (<i>Trans-European Automated Real-time Gross Settlement Express Transfer System</i>)
UTAUT	– Теория за приемане и използване на технологията (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>)
БИСЕРА	– Банкова интегрирана система за електронни разплащания
БНБ	– Българска народна банка
БОРИКА	– Банкова организация за разплащане с използване на карти
ДЕП	– Дружества за електронни пари
ДФЕС	– Договор за функциониране на Европейския съюз
ДЦК	– Държавни ценни книжа
ЕИП	– Европейска инициатива за плащания
ЕЦБ	– Европейска централна банка
ЗЕТ	– Закон за електронната търговия
ЗКИ	– Закона за кредитните институции
ЗМСП	– Закон за малките и средните предприятия
ЗОПБ	– Закон за ограничаване на плащанията в брой
ЗППЕПИПС	– Закон за паричните преводи, електронните платежни инструменти и платежните системи
ЗПУПС	– Закон за платежните услуги и платежните системи
ИКС	– Информационни и комуникационни системи
ИКТ	– Информационни и комуникационни технологии
ИС	– Информационните системи
МСП	– Малки и средни предприятия
НЦБ	– Национални централни банки
ПИН	– Персонален идентификационен номер
ПОС	– Точка на покупко-продажба (<i>POS – Point of Sale</i>)
СЕП	– Система за електронни плащания
ССДЦК	– Система за сделки с ДЦК
ТАМ	– Модел за приемане на технологиите (<i>Technology Acceptance Model</i>)

ВЪВЕДЕНИЕ

Появата на информационните и комуникационните технологии (ИКТ) предизвиква забележителен напредък в областта на финансите, икономиката и организацията на работните процеси и напълно променя живота и дейността на хората и организациите.

В своята монография „История на парите”, Джек Уедърфорд (Уедърфорд, 2001; Иванов, 2005) характеризира сегашния период като **трета парична революция**, която много автори вече наричат „нова икономика“. Според него първият революционен период в паричните отношения настъпва преди близо три хиляди години с изобретяването и разпространението на металните пари (монетите). Вторият период започва от Ренесанса и минава през ерата на индустриалната революция, като полага основите на модерната капиталистическа система и разпространението на книжните пари като официално платежно средство. Създават се първите банки и се развива световната банкова система. Настоящата трета парична революция се свързва с ерата на електронните пари и на виртуалната икономика. Те водят до създаване на нови финансови модели (електронните финанси) и промени в политическите и икономическите системи, в организацията на стопанския живот и класовата структура на обществото. Тази „нова икономика“ се извършва в новата глобална среда (интернет) и в нея навлизат нови финансови субекти. С развитието на ИКТ възниква електронната платежна система и се създават нови видове платежни инструменти – електронните. По такъв начин световната разплащателна система бързо се ориентира към безкасови трансакции от физическите лица, предприятията и правителствата. Електронните платежни системи бързо се превръщат във важни механизми за разплащане и откриват нови възможности в технологичния напредък на световната икономика. Те са в основата на електронната търговия и на целия електронен бизнес. Водят до повишаване на ефективността, намаляване на измамите и иновативност в световната платежна система. Предлагат на клиентите голямо разнообразие от електронни платежни инструменти – кредитни и дебитни карти, онлайн банкиране, мобилно банкиране и др. Внедряването на технологиите за електронни плащания се извършва с бързи темпове, като засяга и организациите от публичния сектор.

Всичко това показва, че появата на електронните платежни системи може да се разглежда като явление със значими икономически, политически и социални последици. То поставя сериозни предизвикателства пред теоретици и изследователи и все още не е достатъчно изучено и характеризирано. Поради бурното и повсеместно развитие на „новата икономика“, теорията в областта на разплащанията значително изостава от практиката.

България, като участник в Европейската платежна система, успешно започна внедряване и използване на новите дигитални парични инструменти и платежни услуги, появили се вследствие на бурното технологично развитие на финансовия сектор. Изследванията на български език по темата са малобройни, а по въпроса за приемането и използването на електронното разплащане от малките и средни предприятия (МСП) почти липсват. От отношението на МСП към новите модели на бизнес и финанси зависи до голяма степен по-нататъшното развитие на българската икономика, тъй като МСП съставляват нейната основа. Предвид този неизследван аспект, основните въпроси, които си поставя настоящото монографично изследване, са:

- До каква степен електронните платежни системи се приемат и използват от МСП в България?
- Кои са факторите, които обуславят или пречат на процеса на приемане на електронни разплащания от МСП?
- Как използването на електронните разплащания от МСП влияе върху конкурентоспособността им?

Отговорите на тези въпроси ще покажат до каква степен разширяването на приложното поле на електронните разплащания в МСП допринася за увеличаване на тяхната конкурентоспособност, на икономическия растеж, изсветляването на икономиката като цяло и повишаването на приходите от данъци.

Цел, задачи, обект и предмет на изследването

Целта на изследването е да се проучи възможността за разширяване и развитие на използването на електронните разплащания, с фокус върху картовите разплащания, в компании от малкия и среден бизнес в България и ефекта от този процес върху икономиката на страната.

За реализирането на целта са решени следните **задачи**:

- Проучване на същността и съдържанието на електронните платежни системи, иновациите в областта на електронните разплащания и видовете електронни платежни инструменти;
- Изследване на същността и ролята на МСП в българската икономика;
- Проучване на дела на годишните продажби на МСП с и без ПОС терминали;
- Проучване на използването на ПОС терминали от МСП в големите и малките градове;
- Изследване на динамиката на броя на МСП с условия за ПОС и по показател годишен оборот;
- Проучване на степента на приемане на картови разплащания и иновативни платежни инструменти от МСП на основата на ТАМ по методиката на Гейбъл;
- Изследване на факторите, които влияят върху използване и приемане на картовите разплащания от МСП и отношението на МСП към новите разплащателни системи;
- Проучване на ползите от използване на ПОС терминали за българската икономика и за МСП;
- Създаване на теоретичен модел за влиянието на електронните разплащания върху българската икономика.

Обект на изследването е същността и съдържанието на електронните платежни системи и използването на ПОС терминали и иновативни платежни инструменти от МСП в България.

Предмет на изследването са финансовите аспекти, произтичащи от разширяване на използването на ПОС терминали, платежни карти и други електронни платежни инструменти, от МСП в България.

Методология на изследването

Моделът за приемане на технологиите

Преглед на изследванията относно приемането на електронни плащания по света в периода 2010-2015 г. е направен в изследователския труд на Kabir и др. като е използван метаанализ (анализ на анализи) на възприетите теории и модели и методологията (Kabir, Saidin, Aidi, 2015). В изследването му са включени 188 научни статии, от които 51 са емпирични. Резултатите сочат, че те се основават на следните теории: теорията на информационните системи; единната теория за приемане и използване на технологиите и модел за приемане на технологията; теорията за разпространението на иновациите; институционалната теория, теорията за обмисленото действие и теорията на планираното поведение. Авторът установява, че преобладаващата част от респондентите са от банковия сектор и едва 4 проучвания са направени сред представители на бизнеса и търговци. Използван е предимно количествен инструментариум, а качествените проучвания са малка част. Най-често използваната теория, върху която е базирана методологията на проучените изследвания, е моделът за приемане на технологиите (TAM¹) и теорията за приемане и използване на технологията (UTAUT²).

Lee, Kozar, Larsen (2003) проследяват историята на TAM, като анализират и обобщават 101 статии, публикувани от водещи списания и научни конференции, и извършват отворено проучване на 32-ма водещи изследователи на информационните системи (ИС).

При някои изследвания на платежните системи е прилагана дуалната теория с оглед на определяне на прогнозните цени на стоки или услуги, за които не съществува пазарна цена. Чрез нея се моделира управлението на вътрешната ликвидност от Централната банка в съвременните системи за брутен сетълмент в реално време, определен от различни вътрешни политики, като изисквания за резерви, нетни дебитни лимити и др. (Penaloza, 2009).

При редица изследвания на платежните системи с оглед на проучване на техническите и операционните разплащателни процеси, включително и при мобилните плащания, е прилагана теорията на модулността (Nofie, Vidya, 2016).

Голяма част от изследователите подчертават голямото значение, което има приемането на технологиите от потребителите и бизнеса и затова се използват различни теории или модели, които да предсказват тяхното поведение. Поради това TAM е в основата на преобладаващата част от научните изследвания в тази област. Познати са около 14 теории или модели, фокусирани върху приемането на технологията от потребителите. Основната им цел е да се идентифицират бариерите пред приемането и да се насърчи използването на технологиите.

Моделът TAM е разработен от Дейвис (Davis, Bagozzi, Warshaw, 1989) и съдържа показатели за определяне на равнището на приемане на информационните системи от страна на сътрудниците в дадена организация, което е резултат от въздействието на външни фактори. Тези външни фактори въздействат върху две променливи – полезност и лекота на работа, и заедно оказват влияние върху отношението на сътрудника към използване на ИС.

¹ От англ. *Technology Acceptance Model*.

² От англ. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*.

Моделът е доразвит от Гейбъл, като е опростен и дава резултати, които да бъдат сравними във времето.³ Гейбъл надгражда подобренията на ТАМ, извършени от Делоун и Маклейн и отстранява някои недостатъци. Той посочва четири категории показатели (общо 37 на брой) за оценяване на информационни и комуникационни системи (ИКС) – влияние върху индивида, влияние върху организацията, качество на информацията, и качество на системата.

Показателите от категориите „влияние за организацията“ и „влияние за сътрудника“ оценяват настъпилите реални ползи и влияние на ИКС. Показателите от категориите „качество на системата“ и „качество на информацията“ оценяват потенциалните ползи от конкретната ИКС в бъдеще (Gable, Sedera, Chan, 2008). Показателите от категория „влияние за индивида“ оценяват влиянието на ИКС върху сътрудниците при изпълнение на задачите.

За да се даде отговор от гледна точка на финансовата и икономическата наука на основните въпроси на изследването – как се приемат и използват от МСП в България електронните разплащания и кои са факторите, които съпътстват този процес, този труд се основава на модела за приемане на технологиите (ТАМ), като широко възприет и проучен в практиката.

Тъй като показателите на Гейбъл⁴ са разработени с цел оценка на работата на всички информационни и комуникационни системи в организацията – компютри, хардуерни и софтуерни подсистеми, качеството на обслужване и др., за нуждите на настоящото изследване, предвид неговия обект и предмет, се намалява броят на показателите, като се формулират относимите към системите за електронни разплащания на МСП. Изследването се фокусира и върху респонденти от МСП и бизнеса, чието отношение и поведение по отношение на приемането на електронните разплащания е все още слабо изучено.

В този смисъл, в анкетно проучване, проведено за нуждите на настоящото изследване, са проучени следните показатели:

Влияние за индивида – обучение и квалификация, индивидуална продуктивност, удовлетвореност от труда, развиване на адаптивност и нагласи към технологичните иновации;

Влияние върху предприятието – подобрене в резултатите, намаляване на разходите; изисквания към персонала; промяна в бизнес процесите;

³ М. Истатков в статията си „Оценяване ефективността на ИКС в управлението на малки предприятия“, публикувана в <https://www.researchgate.net/publication/332466138>, предлага система от показатели за оценяване на функционирането на ИКС в управлението на малки предприятия с цел подпомагане на мениджърите на МП да откриват проблеми, свързани с функционирането на ИКС. Те са базирани на показатели от моделите за оценяване на ИКС на Гейбъл и Делоун и Маклейн, модифицирани за използване в малки предприятия.

⁴ Показателите, предложени от Гейбъл са: **Влияние за индивида (работника)**: обучение; ефективност на решенията; индивидуална продуктивност; осведоменост. **Влияние за организацията**: изисквания за персонал; намаляване на разходите; обща продуктивност; подобрене в резултатите; увеличаване на капацитета; електронен бизнес; промяна в бизнес процесите. **Качество на системата**: точност на данните; разпространение на данните; лекота на използване; лекота на обучение; достъп; потребителски изисквания; системни характеристики; точност на системата; гъвкавост; надеждност; ефикасност; сложност; интеграция; персонализация. **Качество на информацията**: значение; годност на данните; използваемост; разбираемост; релевантност; формат; точност на съдържанието; краткост; навременност; уникалност.

Качество на системата – улеснения вследствие използването; разширяване на данните за клиентите; качествено управление; надеждност, сложност;

Методи на изследването

За постигане на поставената цел и решаване на научноизследователските задачи са използвани общонаучните методи на изследване – анализ, обобщение и синтез, индукция и дедукция, сравнение, аналогия. Сравнителният метод е използван за съпоставяне на данните за компании, използващи и не използващи ПОС терминал, както и на такива, намиращи се в различни държави и на европейско ниво, в различни населени места в страната, от различни икономически браншове и др.

Използвани са частни методи на изследване, като проучване и анализ на документи, статистически данни, данни от проведени изследвания, статии и литературни източници, европейски и национални нормативни актове по проблемите на изследването, корелационен анализ, анкетиране и др. За проучване на проблемите на изследването е използван и метод на анкетиране чрез анонимна пощенска анкета.

Използваната методология е комбинация от различни методи – статистически, емпирични и иконометрични и дава възможност да се получат достоверни и всеобхватни отговори на поставените основни въпроси на настоящото научно изследване. Чрез статистическия и сравнителния метод се доказва степента на използване на електронните разплащания от МСП и на процесите на дигитализация в тях. Тъй като наличните статистически данни са недостатъчни, авторът провежда емпирично проучване, с което се изследва степента на приемане на електронните плащания и ползите за МСП, както и проблемите и причините, пречателни за въвеждането и използването им. Чрез теоретичния модел се разкрива положителното влияние на електронните разплащания върху българската икономика с увеличаване на приходите от акцизи и ДДС и излизане на светло на паричните потоци. Използваната методология дава възможност да се формулират препоръки към държавните институции за подкрепа на разширяването на електронните плащания в МСП.

ГЛАВА ПЪРВА. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ПЛАТЕЖНАТА СИСТЕМА ПРИ МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Преглед на литературните източници

Въвеждането на ефективни и модерни методи за опериране на платежните системи и начина на тяхното функциониране е предмет на научни изследвания в целия свят.

В чуждестранната икономическа литература научните проучвания следват развитието на платежните системи, предизвикано от въвеждането на електронните разплащания, както и от новите финансови модели, които навлизат с тях.

Първото най-забележително нововъведение при структурирането на платежните системи от началото на 90-те години на XX век е преминаването към обработка на големи плащания от системи за брутен сетълмент в реално време, иницирано от стремежа на банките да намалят системния риск и да управляват по-добре заплахите и кризисните ситуации. Това е и едно от най-изследваните явления в теорията. Редица трудове са посветени на етапите на развитие на платежните системи – появата на европейските системи SEPA⁵, TARGET2⁶, RTGS⁷, EBA⁸, американските и азиатските платежни системи, както и новите перспективи, възникващи със системите за картови и мобилни плащания, управлението на риска и др. В своето пространно изследване на развитието на платежните системи, Rambure и Nacamuli разглеждат подробно техните характеристики, като акцентират върху съвременните платежни инструменти и ролята им в икономиката и банковия бизнес (Rambure, Nacamuli, 2008; Nakajima, 2017; Iman, Kemal, 2016).

Други изследвания се фокусират върху предимствата на електронното плащане, като посочват и проблемите, възникващи във връзка със сигурността на процесите и на потребителите. Khairun, Yasmin, 2010). Kabir, Saidin, Aidi (2015) правят преглед на определенията на системите за електронно разплащане, дадени в теорията, като констатира, че те са разглеждани от гледна точка на различни клонове на икономиката, като счетоводство, финанси, бизнес технология, информационни технологии и др. Независимо от това, преобладава мнението, че системите за електронни разплащания са начин или механизъм за плащане чрез използване на интернет или електронна мрежа (електронни комуникации), като се изтъкват техни значими характеристики – сигурност и удобство, отдалечен достъп до управление на банковите сметки и трансакции, технологичен портал за иновации на световната икономика. Според Hsiao-Cheng, Kuo-Hua и Pei-Jen (2002), има четири основни категории електронни платежни системи: онлайн плащане с кредитна карта, електронни пари в брой, електронни чекове и малки плащания. Всеки от тях може да се разглежда от технологичен, икономически, социален, институционален и правен аспект.

Електронната търговия също е предмет на редица изследвания. За това понятие съществуват различни определения и терминологията все още не е установена

⁵ От англ. *Single Euro Payments Area*.

⁶ От англ. *Trans-European Automated Real-time Gross Settlement Express Transfer System*.

⁷ От англ. *Real Time Gross Settlement*.

⁸ От англ. *European Banking Authority*.

категорично. Според У. Мугаяр (2000, с. 21), термините интернет търговия и електронна търговия са взаимнозаменяеми, тъй като електронната търговия е възникнала на основата на електронния обмен на данни относно плащанията, а с навлизането на интернет тя придобива глобални измерения. Едно от често срещаните определения за електронна търговия е „продажби и покупки на стоки и услуги чрез Internet или други електронни мрежи” (Иванов, 2005). Част от експертите в бранша определят електронната търговия като възможност за фирмите по електронен път да обменят информация и услуги, които са важни за техния бизнес, като не е необходимо тя да бъде свързана непременно с обмяна на парични средства.

В българския Закон за електронната търговия⁹ (ЗЕТ) понятието е определено като предоставяне на услуги на информационното общество, като последните обикновено са възмездни и се предоставят от разстояние чрез използването на електронни средства след изрично изявление от страна на получателя на услугата, включително предоставяне на търговски съобщения (чл. 1, ал. 2-3 от ЗЕТ). Това показва, че българският законодател се придържа към по-старо и стеснено разбиране за понятието.

Бурното развитие на дигиталните технологии в областта на финансите и появата на „новата икономика” даде тласък на изследванията в областта на електронните разплащания и у нас. В българската икономическа литература значението и развитието на електронните платежни системи и електронните разплащания са нов и малко изследван проблем. Традиционно в теорията на банковото дело българските автори акцентират върху управлението на банковата система, финансирането на банките, банковите операции, капиталовата адекватност и кредитната дейност, паричния пазар, както и на ролята на Централната банка и определянето на парична политика, управлението на рисковете и т.н. (Стефанова, 2013; Йосифов, 2019; Тонев, 2006).

След демократичните промени в България в началото на 90-те години на XX век започва изграждането на платежни системи по европейски образец, в чиято основа са електронните разплащания. Процесът на създаване на ефективни платежни системи в България е проследен от О. Стоичкова и от Р. Радков, Е. Михайлов и Б. Божинов (Стоичкова, Китанов, 2010, с. 97-111; Радков, Михайлов, Божинов, 2004, с. 234-247; 324). Те отделят внимание на изграждането на системата за брутен сетълмент в реално време RINGS¹⁰, интегрираната банкова система за електронни разплащания БИСЕРА, системата за електронни бюджетни разплащания СЕБРА, организацията за разплащания с банкови карти БОРИКА, европейските платежни системи EURO I, Euro-giro, Society Worldwide Interbank, Financial Telecommunication, Europay International и др.

В законодателството и теорията на банковото дело у нас се появяват и характеризират понятията безналични плащания, електронни пари, електронна търговия, електронни финанси, които са тясно свързани с темата на изследването. В тази насока са трудовете на О. Стоичкова и Я. Китанов (2010), П. Стефанова (2000), К. Касабова (2018), Г. Иванов (2005) и др. В тях разглежданият проблем е засегнат в контекста на общата теория на банковото дело. Стоичкова определя електронните разплащания като „форма на безналични плащания, основани на техническия напредък главно във връзка с навлизането на компютърните системи и глобалната мрежа в банковата дейност.” (Стоичкова, Китанов, 2010, с. 97). П. Стефанова (2000, с. 21-22) определя понятието електронни пари като последен етап от дематериализация на парите, като напълно дематериализирани от всякакъв физически носител и заместители на физическите пари.

⁹ Закон за електронната търговия, обн. ДВ бр. 51, 2006.

¹⁰ От англ. *Real-Time Interbank Gross Settlement System*.

В българската икономическа периодика се отделя все по-голямо внимание на въвеждането на иновациите в областта на електронните разплащания, и по-специално на картовите и мобилните платежни инструменти. Статиите се съсредоточават върху разширяването на картовите плащания и използването на ПОС¹¹ устройства от потребителите, като разглеждат състоянието и тенденциите на развитие (Григорова, 2016; Кънева, 2020; Шишманов, Маринова, Бойчев, 2016; Радкова, 2017, с. 67-74; Божинов, 2002). Предмет на разглеждане е и новата Европейска инициатива за плащания (ЕИП), целяща създаване на единна платежна система в Европа за клиенти и търговци на дребно, която да обхваща плащанията с карта, дигитални портфейли, електронни преводи, тегления на кеш, като алтернатива на Visa и Mastercard (Динкова, 2020; Караангова, 2018, с. 24-25). Проучвания има и в областта на използването на мобилните платежни инструменти в България (Нейчев, 2017). По-специално трябва да се открий статията на К. Маринова „Състояние и перспективи на мобилните и електронните разплащания в България”, в която мобилните и електронните системи за разплащания се дефинират като едно от най-перспективните направления в развитието на разплащанията у нас (Маринова, 2017). Статията представя резултати от SWOT анализ на мобилните и електронните системи за разплащания, като посочва силните и слабите им страни, възможностите и евентуалните заплахи в контекста на социално-политическата конюнктура в България. Показани са и резултатите от извършен PESTEL анализ за България, като са използвани данните от стратегически документи като PEST Analysis of Bulgaria, изготвен от BICA, Bulgarian national PESTLE and SWOT analysis и Digital Content SWOT Analysis (Маринова, 2017; BICA, 2012; Basscom, 2011; Zorc, et al., 2012). Маринова определя онлайн системите за разплащане като „системи, позволяващи електронен обмен на данни, които се използват от потребителите на електронни услуги за нареждане на плащане чрез използването на електронни платежни инструменти или други електронни форми за нареждане на плащане.“

Трябва да се посочи и изследването на Г. Иванов „Безналичните платежни механизми в държавите от Европейския съюз“, в което може да се проследят различни дефиниции на чуждестранни автори на понятията за електронна търговия, електронни пари и развитието на разплащателните механизми в условията на глобализация (Иванов, 2005).

По отношение на определенията на понятийния апарат, малобройните български теоретични източници следват европейските дефиниции, които са реципирани в нашето национално законодателство – първоначално в Закона за паричните преводи, електронните платежни инструменти и платежните системи (ЗППЕПИПС, отм. през 2005 г.; ДВ бр. 31, 08.04. 2005 г.), а по-късно в заменилия го Закон за платежните услуги и платежните системи (ЗПУПС) от 2009 г. и в последната му изцяло нова версия от 2018 г., синхронизирана с PSD2¹² и други закони.

Част от изследователите разглеждат електронните разплащания и като вид платежни услуги, извършвани по електронен път, предвид регламентациите на европейските директиви за платежните услуги PSD1 и PSD2 (Маринова, 2017).

Изследването на литературните източници показва, че в практиката, както и в теоретичните разработки, се използват редица взаимнозаменими наименования за обозначаване на електронните плащания. Такива са дигитални плащания, цифрови плащания, плащания чрез интернет, онлайн системи за разплащане, системи на банкиране и др. Някои автори ги използват паралелно. Например К. Маринова (2017, с.

¹¹ От англ. POS (*point of sale*) – „точка на покупко-продажба“.

¹² От англ. Payment Services Directive 2.

42-45) употребява едновременно понятията електронни разплащания и мобилни разплащания, като прави разлика между тях. Мобилните плащания са разновидност на електронните плащания, доколкото при тях също се използват цифрови и дигитални технологии, така както при електронните. В такъв смисъл тези понятия ще бъдат употребявани и в настоящото изследване.

Развитието на електронните разплащания доведе до възникване на много нови термини и понятия, като електронни пари, електронни платежни инструменти, мобилни разплащания, електронна търговия, дигитализация и цифровизация, дигитална трансформация и др., които досега не са били предмет на задълбочено научно изследване у нас. Причините за това са няколко. Първата причина е наличието на дефиниции в европейското законодателство, с оглед на регламентиране на платежните услуги, новите доставчици и новата роля на банките в платежния процес с влизането в сила на PSD2. Втората и особено важна причина е, че тези понятия не са свързани само и единствено с технологичния процес, а са част от едно ново явление, наречено дигитална трансформация. Тя е мащабен и невиджан досега обществен феномен, водещ до качествена промяна както на обществения живот, така и на живота на отделния индивид. Тя е постоянно протичащ процес и обхваща многобройни етапи и елементи, технологии, взаимодействия, операции, интеграции, промени.¹³

Един от аспектите, останали до момента извън сферата на научните изследвания у нас, е влиянието на съвременните способи за електронно разплащане върху организацията и развитието на МСП. Проблемът частично присъства в статията на М. Истатков „Оценяване ефективността на ИКС в управлението на малки предприятия“ (Истатков, 2019). Авторът проучва съществуващите модели за оценка на информационните компютърни системи в управлението на малките предприятия, и по-специално прилагането на модела на Гейбъл, базиран на модела на Делуан и Маклейн, и разработва система от показатели за оценка.

Изложеното показва, че все още проблемите, които поставя състоянието и развитието на електронните разплащания в България, се разглеждат фрагментирано, в отделни аспекти, като настъпващите промени се интерпретират и характеризират постфактум. Теорията не само у нас, но и в международен план, все още остава в догонваща позиция по отношение на бързото развитие на новите електронни платежни инструменти и тяхното въздействие върху МСП и оттам върху националните икономики и световната икономика.

2. Платежна система – понятие и елементи

2.1. Понятие и същност на платежната система

Платежната система представлява съвкупност от платежни инструменти и инфраструктура за обработването им, правила, институции и договорни отношения между тях, позволяващи размяната на плащания. Тя осигурява извършването на парични трансфери между участниците в нея и се състои от набор от платежни инструменти, банкови процедури, споразумения и системи за извършване на междубанкови преводи, които улесняват паричното обращение (Аначкова, Джалъзов, 1994). В най-простия си вид платежната система се определя като предварително договорен метод на трансфер на стойност между продавач и купувач на дадена стока или услуга в една трансакция.

¹³ По-подробно някои дефиниции и терминологични уточнения ще бъдат дискутирани в по-нататъшното изложение на Глава Първа

Предназначението на съвременните платежни системи е да централизират разплащателните операции между банките, като по този начин се улесни взаимното уреждане на задълженията помежду им. Със създаването на подобни системи се цели минимизиране на времето за обработка на междубанкови плащания и пропуснати ползи, поради неначислени лихви. Обезпечава се сигурност и ефективност на платежния процес, възможност за проследяване на постъпващите и изпращаните парични преводи с оглед на оптимизиране на ликвидността на банките (Аначкова, Джалъзов, 1994).

Към момента в икономическата литература и в българското законодателство се използва дефиницията на понятието платежна система в Директива 98/26/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, изм. с Директива 2009/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета. Там платежната система се определя като писмено споразумение между трима или повече участници (без да се включват системният оператор на тази система и агентът по сетълмента), централният съконтрагент, клиринговата къща или непрекият участник, ако има такива, с общи правила и стандартизирани процедури за клиринг, чрез централен съконтрагент или без такъв, или за изпълнение на нареждания за преводи между участниците.

След демократичните промени в България постепенно се изгражда и развива съвременна национална платежна система, която да отговаря на изискванията и промените в международните стандарти и да включва използването на бурно навлизащите в употреба нови видове платежни инструменти. С приемането на Закон за паричните преводи, електронните платежни инструменти и платежните системи (ЗППЕПИПС отм.) през 2005 г. (ДВ бр. 31 от 08.04.2005 г.) и последвалите изменения и допълнения в него през 2006 г. и 2008 г., започва същинската организация и реструктуриране на елементите на националната платежна система. Платежната система е определена като система, осигуряваща извършването на преводи между участниците в нея, включваща поне трима участници (с изключение на агента по сетълмента) и функционираща въз основа на писмено споразумение. Последното трябва да съдържа общи правила и стандартни процедури за извършване на преводи, съгласно законодателството на Република България, и да е сключено между всички участници в системата, или въз основа на двустранни писмени споразумения между оператора на платежната система (чл. 41, ал. 1 от ЗППЕПИПС отм.). Регламентират се и участниците в платежната система (чл. 42 от ЗППЕПИПС отм.). Дефинират се понятия като сетълмент (чл. 44), система за брутен сетълмент в реално време (чл. 49, ал. 1), участниците в нея и др.

През 2009 г. е приет Закон за платежните услуги и платежните системи (ЗПУПС), който отменя ЗППЕПИПС и привежда българското законодателство в областта на платежните системи в съответствие с европейското¹⁴ към този момент.

Въпреки че третира като платежна услуга внасянето и тегленето на пари в наличност по платежна сметка и свързаните с това операции по обслужването ѝ, ЗПУПС от 2009 г. изключва от обсега си платежните операции в наличност от платеца към получателя,

¹⁴ Директива на Европейския парламент и на Съвета 2000/46/ЕО от 18 септември 2000 г. относно предприемането, упражняването и надзора над дейността на институциите за електронни пари; Директива 98/26/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 19 май 1998 г. относно окончателността на сетълмента в платежните системи и в системите за сетълмент на ценни книжа; Директива 97/5/ЕО на Европейския парламент и на Съвета на ЕС от 27 януари 1997 г. относно презграничните кредитни преводи.

обмяната на валута в брой и други парични плащания, и се съсредоточава върху непаричните платежни системи и техните структурни елементи.

През 2018 г. се приема нов ЗПУПС, чийто правни регламентации доизграждат и доразвиват структурата на националната платежна система.

В чл. 122, ал.1 от новия ЗПУПС (2018 г.) се дава подобро легално определение на понятието платежна система. Според него това е система за прехвърляне на средства, която функционира въз основа на формални и стандартизирани процедури и общи правила за обработка, клиринг и/или сетълмент на платежни операции, и се обслужва от оператор.

Платежната система осигурява прехвърляне на платежни средства между икономическите субекти и се състои от правила и процедури, които определят и формализират процесите на клиринг и сетълмент на прехвърляните средства.

Клиринг¹⁵ представлява процес на сключване на финансови сделки, който гарантира, че ще бъдат осъществени всички условия по договора, включително изплащане на неговата стойност и доставката на предварително определеното количество и качество от един актив. Той се дефинира като процес на предаване, съгласуване и потвърждаване на платежни нареждания или инструкции за прехвърляне на сигурност преди уреждане, евентуално включително нетиране на нареждания и установяване на окончателни позиции за сетълмент¹⁶, и се извършва от клирингови къщи (ACH¹⁷). Банките изпращат партии плащания до АСН, които изчисляват и предават нетните позиции между банките на агент за сетълмент (обикновено централната банка), който прехвърля нетните суми между разплащателните сметки на участващите банки и осигурява окончателния сетълмент за всички плащания в този цикъл.

С нарастването на обема на плащанията в днешно време (десетки милиони дневно), вече не е възможно да се урежда всяко брутно плащане в пари в централната банка. Поради това е необходимо въвеждането на автоматизирано плащане.

Сетълмент в платежната система е прехвърляне на парични средства по сметки за сетълмент с цел изпълнение на нареждания за превод между участници в платежната система.¹⁸ Чрез него се преразпределя определен паричен ресурс и плащането между банките, участващи в трансакцията, е действително завършено. Прехвърлянето се извършва по сетълмент сметка при агент по сетълмента, използвана за съхранение на паричните средства и за разплащане по сделки между участниците. Съгласно чл. 128, ал.1 от ЗПУПС, платежната система с окончателност на сетълмента трябва да отговаря на няколко условия едновременно:

- Представлява писмено споразумение с общи правила и стандартизирани процедури за клиринг между трима или повече участници¹⁹, чрез централен съконтрагент или без такъв или за изпълнение на нареждания за преводи между участниците.
- Участниците са избрали законодателството на държава-членка да урежда споразумението за системата.

¹⁵ <http://credirect.bg/finansov-rechnik/kliring>.

¹⁶ BIS, CPSS: A glossary of terms used in payments and settlement systems. March, 2003.

¹⁷ От англ. *Automated Clearing House*.

¹⁸ Чл.123 и сл. от ЗПУПС.

¹⁹ В споразумението не се включват агентът по сетълмента, системният оператор на платежната система, централният съконтрагент, клиринговата къща или друг непряк участник (чл. 128, ал. 1, т. 1 от ЗПУПС).

- Правилата и процедурите на системата са съобразени с изискванията за окончателност на сетълмента.

Брутният сетълмент е сетълмент на плащания, който се извършва без прихващане индивидуално за всяко нареждане за плащане. Нетирането, за разлика от брутният сетълмент, е преобразуване на всички вземания и задължения, произтичащи от издадени или получени нареждания за превод на участниците, така че само едно нетно вземане може да се иска или едно нетно задължение се дължи (§1, т. 25 от ДР на ЗПУПС).

В България за функционирането на платежните системи е отговорна Българската народна банка (БНБ).²⁰ Чрез платежната система се извършват безналични плащания, т.е. плащания, при които задълженията между двете страни се уреждат чрез прехвърляне на вземания от парични институции – търговски банки и централната банка. Тези вземания не са конвенционални пари, но срещу тях бързо и лесно могат да се получат банкноти или монети.

В този контекст като елементи на паричната система се определят:

- платежните инструменти, ползвани за превеждане на средства между сметките на платеца и получателя във финансовите институции;
- платежните инфраструктури, с които се обработват платежните инструменти, осъществява се сетълмент и клиринг, обменя се информация и се прехвърлят средства между плащащата и получащата институции, т.е. банките, вкл. централната банка;
- финансовите институции, участващи в платежния процес, предоставящи разплащателни сметки, платежни инструменти и платежни услуги, както и операторите на платежни системи;
- пазарните механизми, т.е. договореностите между участниците на пазара за платежни услуги;
- нормативната среда, която включва законови и подзаконови актове, регламентиращи взаимоотношенията между участниците в платежния процес.²¹

Всяка платежна система си служи с различни **платежни инструменти**, които я характеризират и определят нейните особености. Платежните инструменти са персонализирани устройства и/или набор от процедури, договорени между ползвателя на платежни услуги и доставчика на платежни услуги и използвани от ползвателя с цел подаване на платежно нареждане (§1, т. 30 от ДР на ЗПУПС). Съществува голямо разнообразие на платежни инструменти, но най-значимо е делението им на парични и непарични.

Паричните платежни инструменти са класическите, използващи пари в наличност – монети и банкноти. При тях разплащането се извършва между физическо лице и търговец, обикновено при сделки „лице в лице“ на ниска стойност. Паричната сума окончателно и незабавно се прехвърля на получателя и той може да я използва веднага за други плащания (Касабова, 2012, с. 15). Една от значимите характеристики на парите в наличност е осигуряването на анонимност при плащането, тъй като не се предоставя

²⁰ Според Закон за Българската народна банка (ЗБНБ).

²¹ Българска народна банка. Развитие на проекта SEPA на национално ниво, <http://www.bnb.bg/PaymentSystem/PSSEPA/PSSEPADevelopment/index.htm>.

информация за самоличността на платеца при осъществяване на платежната операция. Поради това те все още са най-важният платежен инструмент с доминиращо присъствие за сделки на дребно в еврозоната (Касабова, 2012, с. 16).

Непаричните платежни инструменти се използват при безналични плащания, при които средствата се прехвърлят между платежните сметки на платеца и получателя. Те могат да имат материален носител (материализирани на хартиен носител), или да съществуват в електронна форма (като електронна информация). Последните са основната инфраструктура на електронната търговия. С нейното разрастване се увеличава използването на безналичните платежни инструменти, които показват голямо разнообразие. Такива са платежните карти, чековете, електронните пари, кредитните преводи и директните дебити, интернет банкирането.

Правилата на платежната система са друг неин основен елемент и са неразделна част от споразумението за съответната система. Те определят оператора на платежната система, агента по сетълмента и начина за осигуряване на неотменимост на нарежданията за превод, участниците в платежната система и техните права и задължения, изискванията към реда, начина и формата на платежните нареждания, подавани от ползвателя на платежни услуги, правилата за достъп и условията за участие в платежната система, момента на приемане и неотменимост на нареждане за превод от платежната система, времеви период, в който платежната система приема нареждания, валутата, с която се оперира и др.

Платежните институции, т.е. операторите и банките, използват платежните елементи в рамките на стопанските механизми и законоустановените правила, за да предоставят на клиентите си платежни услуги.

Друг важен елемент на платежната система е **инфраструктурата**, опосредстваща финансовите трансакции. Тя представлява съвкупността от начините за обработка на платежните инструменти, които се използват в дадена парична система, и осигурява тяхното действие и взаимовръзка с другите елементи на системата. Платежната инфраструктура може да бъде физическа или електронна. С развитието на електронните платежни инструменти електронната инфраструктура добива все по-голямо значение. Тя оперира с помощта на банкомати, платежни будки, ПОС терминали, предплатени карти, електронни портмонета (wallet), трансакции на валутните пазари, пазарите на фючърси, и др. Новите видове електронни платежни системи осъществяват трансакциите си чрез електронно-съобщителна техника (мобилни мрежи, интернет) или чрез платежни чипове.

Стандартите са важен елемент на платежните системи. Те гарантират, че всички участници могат да автоматизират процеса, като посочат това в рамките на съобщение, съдържащо данните за плащане. Те трябва да могат да бъдат идентифицирани по уникален начин и информацията да се предава в същия формат, за да се избегнат грешки и объркване. Всяка страна е разработила свои собствени стандарти за вътрешни системи, докато всички международни плащания използват стандарта SWIFT²². Настоящата тенденция е да се премине към ISO 20022 – стандарт за електронни плащания, който представлява методология. Могат да бъдат създадени стандарти и рамка, чрез която стандартните синтаксиси да бъдат съвместими. С UNMLI ISO 20022 XML се позволява оперативна съвместимост между стандартите за съобщения за плащания между банките. XML стандартите включват поле за наименование (маркер) и

²² От англ. Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication.

характеристиките за всяка информация. Приемането на XML синтаксиса на UNIFI ISO 20022 дава възможност за оперативна съвместимост между стандартите за съобщения между банки, като всяко приложение заснема данните, които изисква. Някои доставчици на платежни услуги и инфраструктура са разработили конвертори между различните индустриални и национални формати, които облекчават прехода. Разработени са стандарти за всички инструменти: магнитна лента и чип за карти, оптично или магнитно разпознаване на символи, както и изображения за чекове и др.

Посочените елементи на паричната система действат заедно и неразделно с участниците в нея.

2.2. Участници в платежната система

Съгласно българското законодателство, участниците в система с окончателност на сетълмента са БНБ и централна банка на друга държава-членка, агентът по сетълмента, централен съконтрагент, клирингова къща, институция по смисъла на чл. 5 от ЗПУПС и системен оператор, като последните три могат да бъдат и непреки участници в системата.

Институциите по чл. 5 от ЗПУПС, участващи в система с окончателност на сетълмента, са отговорни за изпълнението на финансовите задължения, произтичащи от нареждания за превод в рамките на системата. Това са банките по Закона за кредитните институции (ЗКИ), кредитните институции²³, инвестиционните посредници съгласно Закона за пазарите на финансови инструменти (§1, т. 15 от ДР на ЗПУПС).

Платежната институция е юридическо лице, установено в държава-членка, което е получило от компетентния орган на държавата-членка по произход лиценз за предоставяне и извършване на платежни услуги по чл. 4, т. 1-7 от ЗПУПС в Европейския съюз. Подобни институции на първо място са банките. Те са задължителните посредници между потребителите и платежните системи, тъй като притежават лиценз за вземане на депозити и извършване на плащания. Те поддържат сметки на името на своите клиенти, които се дебитират или кредитират при извършване на плащане. Разплащателната сметка в централната банка се колебае според плащанията, които извършва и получава.

В миналото достъпът до повечето платежни системи е ограничен само до банките, но през последните 10 години се наблюдава навлизане на нови участници в платежните системи. Монополът на банките върху плащанията започва постепенно да отпада, въпреки че банковата дейност е регулирана дейност, подчинена на минимални изисквания за капитал, застраховане на депозити и надзор от национален регулатор.

Още Директивата за платежните услуги на ЕС от 2009 г. (PSD1) въведе възможността платежни услуги да се предлагат не само от банки, но и от **небанкови институции**. Повечето мултинационални корпорации работят с вътрешни системи за плащане и нетиране на преводи между различните си национални дъщерни дружества и свързани юридически лица за намаляване на банковите такси и други ползи. Те също така управляват активите и финансират дъщерните дружества в места, по-изгодни в данъчно отношение, често с ограничени банкови лицензи за вътрешно нетиране, оптимизиране на баланса, търговия с валута, дългови инструменти и деривати. В най-добрите случаи банките се намесват в осигуряване на достъп до платежни системи и/или за управление

²³ По смисъла на чл. 4, параграф 1 от Директива 2006/48/ЕО на ЕП и на Съвета от 14 юни 2006 г. относно предприемането и осъществяването на дейност от кредитните институции (преработена), включително институциите, изброени в чл. 2 от Директивата.

на нетни салда. Новите регламенти в ЕС им осигуряват достъп до платежните системи като участници в тях, след изпълнението от тях на някои изисквания.

Агентът по сетълмента, или разплащателният агент, управлява разплащателните сметки на преките членове и превежда суми между тях за постигане на окончателност. По принцип тази роля може да бъде изпълнена от търговска или централна банка. Но тъй като централната банка притежава монопол за издаване на законното платежно средство в страната и отговаря за управлението на риска, съгласно доктрината тя трябва да изпълнява ролята на агент по сетълмента. Съгласно чл. 129, ал.1 от ЗПУПС, *агент по сетълмента* е лице, предоставящо на централния съконтрагент и на институциите, участващи в системата, сметки за сетълмент, чрез които се уреждат нарежданията за превод или прехвърляне в тази система, и предоставящо в зависимост от случая кредит на тези институции или на централния съконтрагент за целите на сетълмента. Агентът по сетълмента трябва да осигури надеждни и ефективни административни и счетоводни процедури, съответстващи на характеристиките на системата и на обема на извършваните през нея операции. За платежни системи с окончателност на сетълмента, когато българското законодателство урежда споразумението за системата, агент по сетълмента е БНБ.

Централният съконтрагент е лице, разположено между институциите в система с окончателност на сетълмента, действащо като изключителен контрагент на тези институции във връзка с нарежданията им за превод (§1, т. 65 от ДР на ЗПУПС).

Клиринговата къща е субект, участник в платежната система, който отговаря за изчисляването на нетните позиции на платежните институции, евентуален централен съконтрагент и/или евентуален агент по сетълмента (§1, т. 16 от ДР на ЗПУПС). Клиринговите къщи (ACH) извършват изчистване на различни грешки, например при процедури за обработка на възвръщаемостта, при неправилни номера на сметки, затворени сметки, а в случай на директни дебити – при недостатъчни средства. Някои АСН включват процедури за управление, позволяващи на банките да поставят лимити една към друга или налагане на нетни дебитни ограничения върху общата позиция на всеки член. Клиринговата къща изчислява нетните позиции и ги предава на централната банка за сетълмент или към съответната RTGS система, която трябва да разреши плащане на висока стойност. Такива платежни системи са известни като отсрочени нетни системи (DNS²⁴), тъй като сетълментът се извършва по-късно. Някои АСН сега изпълняват множество цикли на сетълмент през целия ден, за да се намали вътрешнодневния риск и да се осигури по-ранна наличност на средства.

В сегашната конкурентна среда повечето клирингови къщи предлагат допълнителни услуги с добавена стойност, като обработка на бек офис за банки и корпорации, запитвания и разследвания, електронно фактуриране, мобилни плащания и др. В някои страни не се използват клирингови къщи (например Австралия, Германия, Ирландия и Финландия). В този случай банките обменят файлове за плащания двустранно, съгласуват нетната сума чрез локалната RTGS система. Този механизъм на опериране (CSM²⁵) се използва независимо дали участва клирингова къща.

Всяка система с окончателност на сетълмента се обслужва от **системен оператор**. Той може да действа и като агент по сетълмента, централен съконтрагент или клирингова къща. Операторите на платежна система са системни оператори, които носят

²⁴ От англ. *Deferred Net Settlement*.

²⁵ От англ. *Clearing and Settlement Mechanism*.

юридическа отговорност за функционирането на платежна система (§1, т. 28 от ДР на ЗПУПС). Операторът на платежна система с окончателност на сетълмента получава лиценз за извършване на дейността си от БНБ, която го вписва в публичен регистър, достъпен по електронен път.

Централните банки обикновено действат като агент на сетълмента и най-често управляват RTGS системите с голяма стойност. Частният сектор също оперира с някои системи с голяма стойност (например CHIPS²⁶ в САЩ и системата EURO1, управлявана от Европейската банкова асоциация (ЕБА). Централните банки са отговорни за надзора и безпроблемното функциониране на платежните системи, за защита на финансовата система от възможни „домино ефекти“, които могат да възникнат, когато един или повече участници в платежната система имат кредити или проблеми с ликвидността.

Комитетът по платежни и сетълмент системи на банката за международен сетълмент (BIS²⁷) в Базел е основният форум, където централните банки си сътрудничат на международно ниво за издаване на общи насоки относно надзор и управление на рисковете в платежните системи. Като поддържа сметките за сетълмент, централната банка е добре позиционирана да следи позицията на всяка банка в реално време: баланс, ликвидност, брой на плащанията, способност да се осигури финансиране на паричните пазари. Ако дадена банка изпитва затруднения, централната банка може да обезпечи финансиране, или в крайни случаи да изключи банката от платежната система. Такова решение е много сериозно, тъй като би могло да създаде системен проблем, или „домино“ ефект, който би повлиял на репутацията на страната на финансовите пазари.

Централните банки са активни участници в платежните системи за плащания между тях и търговските банки и в пазара на държавни ценни книжа.

Съгласно правилата на системата, един и същ участник може да действа като централен съконтрагент, агент по сетълмента или клирингова къща в система с окончателност на сетълмента, или да осъществява всички тези функции или част от тях (чл. 130, ал. 1-3 от ЗПУПС).

Доставчиците на платежни услуги са също важни участници в платежната система, особено след влизане в сила на PSD2. В чл. 4, т. 3 от Директива (ЕС) 2015/2366 за платежните услуги на вътрешния пазар с **понятието платежна услуга** се означава всяка една от стопанските дейности, свързана с: внасяне и теглене на пари в наличност по платежна сметка, както и всички операции по обслужване на платежна сметка; изпълнение на директни дебити; платежни операции чрез платежни карти или подобни устройства; кредитни и периодични преводи, изпълнение на директни дебити, включително еднократни, изпълнение на платежни операции чрез платежна карта или подобно устройство; издаване на платежни инструменти и/или приемане на платежни операции; налични парични преводи.

Всеки доставчик на платежни услуги, който заявява желание за участие в платежна система, трябва да докаже на участниците в тази система, че неговата вътрешна организация е достатъчно стабилна, за да понесе всякакви рискове.

Съгласно българското законодателство, доставчици на платежни услуги са банките и платежните институции, дружествата за електронни пари, Европейската централна

²⁶ От англ. *Clearing House Interbank Payments System*.

²⁷ От англ. *Bank for International Settlements*.

банка (ЕЦБ) и националните централни банки на държавите-членки, когато не действат в качеството си на органи на парична политика или на органи, осъществяващи публично-правни функции, както и доставчици на услуги по предоставяне на информация за сметка (чл. 3 от ЗПУПС).

Това води до редица възможни рискове, като:

- Замяна в съзнанието на клиента на бранда на банката от новия участник като първи избор при извършване на плащане или инициране на трансакция;
- Загуба за банките на приходи от такси, лихви върху револвиращ кредит и др.;
- Небанковият доставчик на услуги може да използва конвенционални платежни системи и доставчици, добавящи стойност в периферията, или да създаде изцяло нова схема и така да заобиколи конвенционалните схеми;
- Схемата, управлявана от нефинансови институции, може да създаде неизвестни рискове за клиентите, както и системен риск.

2.3. Видове платежни системи

Според вида на платежните инструменти, които използват, платежните системи се делят на *парични и непарични*. Съвременните платежни системи са непарични, имат сложна и многопластова структура и предполагат изграждане на взаимоотношения между голям брой участници.

Доколкото до преди влизането в сила на PSD2 банките са били основни участници в платежния процес, в зависимост от вида на плащането платежните системи могат да се разделят на **вътрешнобанкови и междубанкови**. Когато плащането се извършва между сметките на длъжника и кредитора, държани от една и съща банка, плащанията са **вътрешнобанкови** и не засягат общата позиция на банката. Ако обаче сметката на кредитора се държи от друга финансова институция, се извършва **междубанково** плащане, което води до дълг между двете банки и той трябва да бъде уреден чрез кореспондентски сметки (сметки, държани от банки при взаимност). Това е междубанкова платежна система и тя влияе върху ликвидността и рисковите позиции на двете банки.

Функционират и **затворени** платежни системи, когато платежният инструмент функционира единствено в платежната система на своя издател. Такива са предплатените карти, предлагани от транспортните органи и мобилни оператори. Организации като Western Union и MoneyGram също предлагат трансгранични трансфери с ниска стойност. Верики от магазини и супермаркети издават карти, приети само от техните търговски обекти, за разлика от кредитните карти, ко-брандирани с Visa или Mastercard, които имат универсален характер на приемане. Оператори на мобилни телефони предлагат мобилни платежни услуги независимо или в сътрудничество с банки. По такъв начин започват да функционират **множество паралелни платежни системи**, които стават конкуренти на банките, и последните губят от такси и лихви. В най-добрия случай, банките са принудени да споделят приходите с новите участници.

В зависимост от вида на разплащателните средства, с които си служат, платежните системи биват **традиционни и електронни**.

При *традиционните* платежни системи определена стойност се прехвърля по документи или в брой. Разплащането в брой използва банкноти и монети, които са законно платежно средство. Документните плащания се извършват чрез различни инструменти, като ордери, чекове, пощенски трансфери и др.

Глобализацията и Интернет промениха начина, по който крайните потребители и компаниите извършват разплащания. *Електронното плащане* става обект на все повече иновации. Въведени са нови финансови процедури и монетарни структури, в съответствие с технологичните възможности и изисквания на съвременната икономика. Финансовите трансакции между отделните банки се извършват в електронен вид. Електронните системи за разплащания трябва да отговарят на определени изисквания: да позволяват извършването на конверс, инфраструктурата за разплащане да е достъпна и приета от останалите участници в платежната система и др. Електронното разплащане започва с нареждане за извършване на плащане от клиента. След това парите се изпращат за клиринг към финансовата институция на продавача. Ако тя валидира плащането, получателят получава потвърждение и може да започне да обработва поръчката. Най-важният проблем на цифровите системи за разплащания е сигурността. Те са уязвими от престъпни посегателства, както и от грешки, поради което трансакциите изискват защита чрез специализирани технологии.

В българското законодателство липсва легална дефиниция за понятието електронно разплащане. В теорията са дадени различни дефиниции на системите за електронно разплащане. Dennis (2004) ги определя като форма на изпълнение на финансово задължение между купувача и продавача, улеснено чрез използване на електронни комуникации. Briggs и Brooks (2011) смятат, че това е форма на взаимовръзки между организации и лица, подпомагани от банки и други институции, които позволяват обмен на пари по електронен път. Повечето автори обаче определят системите за електронни разплащания като финансов обмен, осъществяван чрез електронни средства при онлайн търговията между продавача и купувача при покупко-продажба на стоки и услуги, закупени онлайн или в супермаркети и търговски центрове (Kalakota, Whinston, 1997; Kaur, Pathak, 2015; Peter, Babatunde, 2012).

Понятието за електронно плащане се определя и като безкасово плащане, обвързано с платежните инструменти, които използва – електронен трансфер на данни за кредитни карти, директен кредит или други електронни средства, различни от плащането с чек; прехвърляне на парично вземане от платеца, извършвано чрез автоматизираната клирингова къща, чрез системите за търговски карти и електронните преводи; чрез електронни сигнали, свързани директно към депозитни или кредитни сметки и др. (Agimo, 2004; Hord, 2005; Antwi, Hamza, Bavoh, 2015).

Накратко, горните дефиниции се свеждат до определяне на системата за електронно плащане като система от компоненти и процеси, която позволява на две или повече страни да извършват сделки и да обменят парична стойност чрез електронни средства.

От днешна гледна точка тази дефиниция може да бъде разширена, като системите за електронно плащане бъдат определени като системи за прехвърляне на електронната стойност на плащането от платец към получател чрез канал за електронно плащане, който позволява на клиентите отдалечен достъп и управление на техните банкови сметки и трансакции през електронна мрежа. Системите за електронно разплащане са разработени специално за работа в интернет среда и се използват най-вече в електронната търговия. Характерно за тези системи е бързата авторизация и бързото извършване на плащането. Посочват се няколко условия, които трябва да бъдат налице, за да се осигури реализирането на електронни разплащания:

- конфиденциалност – личните данни на платеца да бъдат известни само на законово оторизираните институции;
- невъзможност за промяна на информацията за покупката;

- автентификация – възможност за потвърждаване самоличността на всички страни, участващи в разплащането;
- авторизация – процесът, при който трансакцията се разрешава или отказва, и се потвърждава наличието на средства за извършването ѝ от задължената страна;
- гаранции за риск от недобросъвестност – постига се чрез специални съглашения с провайдера и останалите участници в платежната система.²⁸

Съвременните платежни системи, в зависимост от ролята, която изпълняват, се разделят на:

➤ *Системи за брутен сетълмент*

Българската народна банка изгражда, организира, регулира и оперира **Система за брутен сетълмент в левове, работеща в реално време – RINGS. RTGS системите** поддържат малки количества от плащания с голяма стойност в бруто чрез сметките за сетълмент в централната банка. Всяка банка трябва внимателно да оцени ликвидността си за деня. Ликвидността е равна на внесените средства, входящите плащания, обезпечената кредитна линия, договорена с централната банка, като са приспаднати изходящите плащания.

Приоритетните плащания винаги имат предимство, за тях се поддържат отделни линии. Обикновено най-високият приоритет е за плащания при операции с централната банка и сетълмент на DNS рау-системи, или системи за клиринг на ценни книжа, които се уреждат от RTGS системата (известни като спомагателни системи). Ликвидността може да бъде заделена за висок приоритет плащания и сетълмент на спомагателни системи (резервация на ликвидност). RTGS системите включват и мрежови съоръжения, известни като хибридни платежни системи.

Съвременните системи съдържат автоматизирани процедури, информационни и контролни съоръжения, за да се даде възможност на банките и централната банка за наблюдение на балансите, ликвидността, лимитите и проследяване на отделните плащания в реално време. RTGS системите изготвят доклади в края на деня за съгласуване и поддържане на одитни пътеки и данни за заявки, разследвания, таксуване и статистика.

Чрез RTGS сетълментът на плащанията в левове на територията на България се извършва незабавно и индивидуално в реално време за всяко нареждане за плащане в съответствие с операционни правила и процедури, изготвени от БНБ. Основните функции на системата включват приемане на платежните нареждания от участниците, задължаване сметката на платеца при наличие на достатъчно средства, заверяване сметката на получателя и изпращане на съобщения за резултата от сетълмента. RINGS извършва неотменим и безусловен сетълмент на всички плащания в национална валута на територията на Република България. Участници в RINGS са БНБ, банките, лицензирани в България и клоновете на чуждестранни банки, системните оператори БИСЕРА, БОРИКА и СЕП, Системата за регистрация и обслужване на търговията с безналични ДЦК, организирана от БНБ, Системата за регистрация и обслужване на сделки с безналични ценни книжа, организирана от Централния депозитар. Системата за обслужване на клиентски преводи в евро, предназначени за изпълнение в определен момент (БИСЕРА7-EUR), е въведена в експлоатация през 2010 г.

²⁸ <http://tuj.asenevtsi.com/IntT/IntT066.htm>.

БНБ може да бъде оператор на национален системен компонент към системата за сетълмент в евро на „Трансевропейска автоматизирана система за брутен сетълмент на експресни преводи в реално време“ (TARGET2). Правилата за участие в системата са приети от Европейската централна банка (чл. 153, ал. 1 от ЗПУПС).

➤ *Системи за нетен сетълмент*

Системите за нетен сетълмент (DNSS²⁹) са друг вид платежни системи, към които банките непрекъснато изпращат платежни инструкции в рамките на даден период, като взаимните вземания и задължения на участниците се преизчисляват на многостранна или двустранна основа. Сетълментът се извършва в точно определен момент.

➤ *Хибридни системи*

Хибридните системи (Hybrid Settlement Systems) представляват комбинация между предходните два вида. Сетълментът се извършва през по-кратки времеви интервали, което доближава този вид системи до системите за брутен сетълмент в реално време.

➤ *Спомагателни системи*

В RINGS се извършва сетълмент, произтичащ от парични задължения, извършван в спомагателни системи. Такива са: Система за обслужване на клиентски преводи, предназначени за изпълнение в определен момент (БИСЕРА), Система за обслужване на плащания по операции с банкови карти на територията на страната (БОРИКА), Система за електронни плащания (СЕП), Спомагателна система за сделки с търговски ценни книжа (ЦК) (Централен Депозитар), Система за сделки с ДЦК (ССДЦК).

БИСЕРА (банкова интегрирана система за електронни разплащания) е система за обслужване на междубанкови клиентски плащания, инициирани за изпълнение в определен момент. Тя се изгражда, организира и регулира от БНБ. Базира се на извършване на сетълмент в БНБ – окончателно прехвърляне на средства по разплащателните сметки на участниците в платежния процес. Системата изпълнява функции по приемане и обработка на междубанкови клиентски плащания за суми под 100 хил. лв., изпратени от банките към нея, сетълмент на междубанковите плащания чрез системата за брутен сетълмент в реално време RINGS в БНБ. Извършва подготовка и изпращане до участниците на информация за резултатите от сетълмента и трансфер до адресата на друга банкова информация.³⁰

БОРИКА (банкова организация за разплащане с използване на карти) е дружество, занимаващо се със сетълмент на междубанкови плащания по картови операции през системата БИСЕРА. Технологичният модел на функциониране на Националната картова система включва осигуряване на финансовото обслужване на дебитните карти и платежните операции от банките-издатели, извършвани с тях от банкомати или ПОС устройства. БОРИКА извършва техническото издаване на дебитните карти и автоматизацията на всички плащания, независимо от банката-издател и банката-собственик на банкомати и ПОС устройства.

В страната са създадени две сетълмент системи за ценни книжа: Депозитар на държавни ценни книжа през 1992 г. и „Централен депозитар“ АД, създадена през 1996 г.³¹

²⁹ От англ. *Deferred Net Settlement Systems*.

³⁰ <https://www.borica.bg/products-and-services/BISERA6>.

³¹ <http://bnb.bg/PaymentSystem/index.htm>.

Системите за сетълмент на ценни книжа са предмет на регламентиране в Директива 98/26/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 19 май 1998 г. изменена с Директива 2009/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 май 2009 г.

Система за обслужване на плащания по сделки с безналични ценни книжа. Неин системен оператор е „Централен депозитар“ АД. Системата приема заявките, подадени от участниците в сделки с ценни книжа, обработва събраната информация и подава формираните резултати в системата за брутен сетълмент в реално време. След потвърждение от RINGS за изпълнен сетълмент, „Централен депозитар“ прехвърля книжата по регистъра от сметката на продавача по сметката на купувача и уведомява страните за приключване на сделката. Окончателният трансфер на ценните книжа се смята за завършен, когато е осъществено действителното плащане по сделката (Панева, 2002).

Система за обслужване на плащания по сделки с държавни ценни книжа (ДЦК), чрез която се извършва регистрацията и обслужването на търговията на територията на страната с дълговите инструменти, издавани от държавата. Системата се организира и се ръководи от БНБ. До RINGS се подава заявка за сетълмент на плащанията по всяка отделна сделка с ДЦК.

ССДЦК (Система за сетълмент на държавни ценни книжа) е спомагателна система в TARGET2. Чрез нея се гарантира всеобхватност при операциите с ДЦК с паричен сетълмент в евро на първичния и вторичния пазар и се постига по-висока степен на хармонизация с европейското законодателство в пост-трейдинг услугите с ценни книжа.

SEPA (Единна зона за плащания в евро) е платежна система за европейска интеграция в сферата на малките плащания, която хармонизира европейските кредитни преводи, директните дебити, картовите плащания и инфраструктурата за обработката им. Чрез нея се изгражда интегриран, конкурентен и иновативен пазар за безналични плащания в евро, въвеждат се нови общоевропейски платежни инструменти и общи технически стандарти.

SWIFT е вид платежна система за осигуряване на телекомуникационна мрежа, която позволява на финансовите институции по целия свят да изпращат информация за финансови операции в сигурна, стандартизирана и надеждна среда (Радков, Михайлов, Божинов, 2004, с. 93). Системата изпраща платежни нареждания, с които се уреждат финансовите сметки между финансовите институции. Към 2015 г. системата SWIFT се използва от повече от 11 000 финансови институции в 200 страни.³²

3. Платежни инструменти

Електронните плащания се извършват чрез платежни инструменти. Платежните инструменти се определят като персонализирани устройства и/или набор от процедури, договорени между ползвателя и доставчика на платежни услуги и използвани от ползвателя на платежни услуги с цел подаване на платежно нареждане (т. 30 от § 1 на ДР на ЗПУПС). Те са важен елемент на всяка платежна система. Изборът на вида платежен инструмент, който ще се използва за извършване на разплащането, се определя в споразумението между платеща и кредитора. Платежни инструменти са парите в брой, чековете, картите и други способи за електронно разплащане.

³² <https://www.swift.com>.

3.1. Характеристики на платежните инструменти

За ефективността на платежните инструменти имат значение следните им характеристики:

- лекота и удобство при използването им от кредитора и от длъжника;
- срок и условия, при които средствата ще бъдат на разположение на кредитора и той ще има възможност да ги използва;
- автоматизация на процесите по обработка на плащането и на друга значима информация за него;
- разходи за такси, начислени на инициатора и на бенефициента, както и разходи за обработка от доставчиците на услуги, включително разходите за ликвидност;
- сигурност на платежния инструмент, която се изразява в конфиденциалност и увереност, че декларираният източник на плащането е истинският и никоя външна страна няма достъп и не може да промени основните данни, като име на бенефициента, сума, референции и др.;
- способност да се докаже, че плащането е извършено и получено, както и възможност за проследяването му в случай на забавено получаване или запитвания (Rambure, Nacamuli, 2008, с. 23).

Физическите лица базират избора си на платежен инструмент предимно на удобството и срока на извършване на плащането. За корпоративните клиенти са от значение таксите и технологичния процес. Те са заинтересовани от оптимизиране на паричния си поток, докато таксите и сроковете за изпълнение обикновено са договорени между големите корпорации и финансовите институции. Предприятията също предпочитат платежни инструменти, които увеличават максимално точността на превода и информацията, така че да могат да съгласуват различните процеси, например получените плащания с издадените фактури.

Банките и доставчиците на услуги се занимават главно с обработката, разходите и сигурността. Те са заинтересовани да намалят до минимум разходите за обработка на платежните услуги, за да се отделят средства и ресурси за услуги с добавена стойност и връзки с клиентите. Това се постига чрез максимизиране на STP³³ – автоматизиране на цялата верига от процеси от край до край: получаване на инструкция за плащане, валидиране, проверка на баланса, дебитни/кредитни сметки, предаване към механизма за клиринг и сетълменти и т.н.

Два съществени фактора също влияят върху избора на платежни инструменти. Първият е дали кредиторът и длъжникът присъстват физически по време на извършване на плащането или плащането е неприсъствено. Другият е дали плащането е еднократно, например плащане при пазаруване, или периодически – при изплащане на ипотека, застрахователни вноски, сметки за комунални услуги и др.

3.2. Видове платежни инструменти

³³ От англ. *Straight Through Processing*.

През последните десетилетия разнообразието на платежните инструменти силно нарасна. Доктрината разделя платежните инструменти на два основни вида – парични и непарични.

Паричните платежни инструменти са наричани още класически. Това са наличните парични средства (банкноти и монети) – най-старият платежен инструмент, който заменя бартера. Монетите обикновено се секат от правителството, а книжните пари се отпечатват под ръководството на централна банка или по договор с други централни банки или специализирани печатници.

Наличните парични средства имат редица предимства. Те осигуряват незабавна окончателност на плащането и освобождаване от задължението. Достъпни са за потребители, които не притежават банкови сметки или не могат да извършват електронни плащания.

Парите обаче са платежен инструмент, обемист и скъп за обработка по отношение на транспорта, съхранението, трайността, сигурността и оперирането с него, тъй като изискват броене. От клиентите на дребно не се събира такса за обработка на пари в брой, но банките се опитват да възстановят разходите от транспорта и обработката с такси за големи търговски обекти като вериги супермаркети.

Поради това във времето постепенно навлизат други инструменти, като чекове и електронни преводи. Въпреки това, броят на плащанията кеш заема все още най-голям дял дори в развитите държави. В Обединеното кралство, например, през 2006 г. той е бил 63%. Разходите за обработката на пари в ЕС се оценяват на 45-70 млрд. евро, или 0.4-0.6% от БВП (Payments Council, 2007; PSE Consulting, 2008). Международното законодателство относно борбата против изпирането на пари забранява плащания в брой над определена стойност, която варира в зависимост от националните законодателства на страните.

Непаричните платежни инструменти се наричат още безналични, тъй като се прехвърлят парични средства между платежните сметки на получателя и платеща. Те могат да имат материална форма (на хартиен или друг вид носител) или електронна (под формата на електронна информация).

Различават се следните видове непарични платежни инструменти:

Чекове – не са масово използван платежен инструмент, а намират приложение предимно за високо стойностни плащания. Трансграничното им използване също намалява, като очакванията са да отпаднат изцяло. Постепенно хартиените чекове се заменят с електронни поради разширяване на приложното поле на електронното разплащане. Съществуват системи за разплащане на електронни чекове (E-cheque) – NetCheque, PayNow чекове и др. Платежните операции с чекове на хартиен носител са изключени от приложното поле на платежните услуги, респ. на ЗПУПС.

Чековете остават доста разпространени в САЩ, въпреки че процедурата е дълга, тромава и скъпа. Доказано е, че трудно се автоматизира, макар с времето да са настъпили някои облекчения. Средната цена за обработка на чек в САЩ се оценява на 6.3 цента. Освен това хартиените чекове не са защитени от измама и фалшифициране, а отговорността остава върху длъжника. Чековете обаче са популярни сред клиентите на дребно, малките предприятия и при отдалечени случайни плащания. Франция и САЩ остават най-големите потребители на чекове, но в повечето европейски страни делът им е намалял значително (Rambure, Nacamuli, 2008, p. 27). Броят на чековите плащания в Обединеното кралство е намалял с 8% през 2008 г. Много държави проактивно

намалиха използването на чекове, за да насърчат въвеждането на по-ефективни платежни инструменти.

Кредитни преводи (или директни кредити) – широко използвани непарични платежни инструменти, особено при плащания на висока стойност между търговци. Инициират се от длъжника, който нарежда на банката да дебитира сметката му след проверка на нареждането и наличността на средствата преди прехвърляне на информацията към клирингова къща или директно на банката на получателя, която кредитира сметката. Определени са като национална или презгранична платежна услуга за заверяване на платежна сметка на получателя посредством една или няколко платежни операции, извършвани по платежна сметка на платеца от доставчика на платежни услуги, който води платежната сметка на платеца, въз основа на дадено от платеца нареждане (т. 19, §1 от ДР ЗПУПС).

Кредитният трансфер може да бъде отхвърлен от банката на инициатора преди междубанковия сетълмент поради неправилно форматиране, невалидни номера на сметки или недостатъчни средства. След междубанковия сетълмент кредитният трансфер може да бъде отхвърлен, ако потребителят не може да бъде кредитиран, или по други причини.

По-голяма част от кредитните преводи (ведомости, корпоративни плащания, пенсионни плащания, социални помощи и др.) се инициират по електронен път от интернет банкови портали, софтуерни пакети за счетоводство, Системи за планиране (ERP, предоставени например от SAP или Oracle).

Кредитният трансфер предлага основни предимства по отношение на автоматизираната обработка. Разходите за обработка са ниски, тъй като дори хартиените форми постигат много висока (над 98%) степен на стандартизираност на процесите, благодарение на напредъка в оптичното разпознаване на символи (OCR³⁴). В редица европейски държави (Швейцария, Япония, Германия, Бенелюкс и Франция) от края на XIX и началото на XX век функционират и джиро трансфери, предлагани от банките на пощенските станции. Те са платежни услуги за селското население, тъй като тогава банките са били разположени главно в градовете. Клиентите са отворили сметки, от които биха могли да инициират кредитни преводи. Днес някои от тези пощенски банки са се трансформирали в мощни финансови институции (например DiePostbank в Германия и Пощенската банка в Япония) и работят с голям брой сметки, открити от клиенти на дребно и малки предприятия, като им предлагат пълен набор от финансови услуги.

Понастоящем в рамките на ЕС съществуват специфични паневропейски схеми за кредитен превод – SEPA SCT, които са задължителни за държавите-членки.

Директни дебити – непарични платежни инструменти, инициирани от кредитора чрез банката му, която изтегля средства от сметката на длъжника при спазване на правно обвързващо споразумение, договорено с длъжника. Директните дебити обикновено разчитат на гаранция, че в случай на грешка или спор длъжникът ще може да си възстанови изтеглените средства в определен срок. Може да се използват за еднократни или редовни плащания и банката на кредитора начислява такса за обмен. Определени са като национална или презгранична платежна услуга по задължаване на платежна сметка на платеца, когато платежната операция се извършва по инициатива на получателя въз основа на даденото съгласие от платеца на получателя на доставчика на

³⁴ От англ. *Optical Character Recognition*.

платежни услуги на получателя или на доставчика на платежни услуги на платеца (т. 3, §1 от ДР на ЗПУПС).

Директните дебити се превърнаха в предпочитан инструмент за плащане от предприятия, издаващи голям брой фактури и сметки, финансови институции за изплащане на ипотека, заем, комунални или телекомуникационни услуги и др. Повечето мобилни оператори днес приемат директни дебити за абонаментни клиенти. Предимството е, че кредиторът задава информацията за превода автоматично. Директните дебити постепенно се налагат при постоянните плащания дори при „фиксиран“ суми, като застрахователни премии. Много комунални услуги предлагат отстъпки за плащания чрез директен дебит, за да насърчат клиентите да приемат този платежен инструмент. Друго предимство на директните дебити е, че пестят време и разходи на длъжниците, необходими да се инициира плащане чрез кредитен превод, и осигуряват удобство, че плащането ще бъде извършено в срок. Разходите са ниски, тъй като обработката е изцяло автоматизирана.

В рамките на ЕС съществуват специфични паневропейски схеми за директен дебит – SEPA SDD, задължителни за държавите-членки.

Интернет банкиране – безналичен платежен инструмент³⁵, който осигурява възможност клиентът на банката да предава по електронен път платежни нареждания и да получава информация за сметките си чрез интернет. Операциите се извършват от платежни сметки, а не от платежни карти. Клиентът на съответната банка получава кодове за достъп, пароли с цел идентификация, които по съображения за сигурност все повече се усложняват – еднократни пароли, пароли с валидност няколко минути, идентификация на устройство, електронен подпис. Банката определя какви операции са достъпни за клиента при интернет банкирането и какви права на разпореждане ще има той.

Електронни пари – средствата, с които се извършва плащането в дадена платежна система, могат да бъдат банкноти и монети, пари по сметка и електронни пари (съгласно т. 55, §1 от ДР на ЗПУПС). На понятието електронни пари е дадена легална дефиниция в чл. 34, ал. 1 от ЗПУПС – парична стойност, съхранявана в електронна, включително магнитна форма, която представлява вземане към издателя, издава се при получаване на средства с цел извършване на платежни операции и се приема от физическо или юридическо лице, различно от издателя на електронни пари. Определението възпроизвежда чл. 2, т. 2 от Директива 2009/110/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно предприемането, упражняването и пруденциалния надзор на дейността на институциите за електронни пари. Понятието електронни пари ще бъде употребявано в този смисъл и в настоящия труд.

Електронните пари могат да бъдат използвани само чрез съответни платежни инструменти и устройства – платежни карти, мобилни телефони с мобилни приложения и др. Електронните пари имат номинална стойност и са универсално средство за разплащане в електронна среда.³⁶

³⁵ Съгласно тълкуването на ЕК на чл.4 (23) от Директива 2007/64/ЕО, дадено в „Payment Service Directive 2007/64 EC Question and Answers“ по Касабова, 2012, с. 97.

³⁶ В литературата е изразено и становище, че електронните пари са средство за сетълмент, а не самостоятелен платежен инструмент, тъй като издаването и обратното им изкупуване се извършва чрез други платежни инструменти – карти и др. (Kokkola, 2010, р. 28; Касабова, 2012, с. 25).

Те се съхраняват в персонализирани устройства – хардуерни (като чип картите) или софтуерни (таблети и персонални компютри). Издават се след получаване на пари в брой или наличност по сметка в определен размер.

Електронните пари с осигурен от издателя отдалечен достъп чрез предплатена карта, издадена въз основа на съответен договор между ползвателя и издателя, се съхраняват в платежна сметка за електронни пари. Не всяка електронно съхранявана стойност обаче представлява електронни пари, а само онази, която служи за разплащане с други лица, не само с издателя. Например, не са електронни пари съхраняваните в различни инструменти средства, които служат за придобиване на стоки и услуги единствено от издателя; електронния билет, зареден в електронна карта и др.

С електронните пари се извършват платежни операции (включително справочни и неплатежни) на АТМ³⁷, ПОС, виртуални терминални устройства ПОС.

Предплатената карта, която съдържа електронни пари, може да бъде персонализирана (на нея са изписани поименно оправомощените лица, които могат да извършват операции) и неперсонализирана (анонимна) и да притежава или не ПИН. Във втория случай тя се използва само за плащане на стоки и услуги и превод между сметки чрез виртуални терминални устройства ПОС.

От правна гледна точка, електронните пари представляват право на вземане към издателя, тъй като държателят може по всяко време да поиска да ги изкупи обратно (Касабова, Тюфекчиева-Михайлова, 2018, с. 110).

От появата на електронните пари до утвърждаването на настоящото разбиране за тяхната същност и характеристики в европейските документи³⁸, в теорията по въпроса са дискутирани различни становища.

Най-разпространеното становище разграничава две форми на електронни пари. Първата форма е „смарт картите” (наричани и „карти със складирана стойност”), които имат пластмасови носители с микро-чип и посредством цифров код е заложена стойност, представляваща определен брой стандартизирани електронни импулси. Тези карти са за еднократна или многократна употреба, като във втория случай функционират чрез презареждане.

Втората форма на електронни пари е стойността, заложена в паметта на персонален компютър посредством специализиран софтуер, чрез който виртуално се пренасочват паричните ресурси за реални покупки чрез Интернет, за заплащане на сметки, данъци и т.н. Тази разновидност е наричана „кибер пари” или „електронни монети”. Технологиите позволяват прехвърляне на електронни пари от персонален компютър към презаредими смарт-карти и обратно. В доклада на Европейския паричен институт за предплатените карти през 1994 г. т.нар. кибер пари са изключени от понятието електронни пари, като то се свежда само до паричната стойност в предплатените карти.

Голяма част от изследователите определят електронните пари като стойност, която може да се прехвърля чрез платежен инструмент за заплащане на стоки и услуги, представен не само пред издателя му (например предплатени телефонни и транспортни

³⁷ От англ. *Automated Teller Machine*.

³⁸ Директива 2009/110/ЕО на европейския парламент и на съвета от 16 септември 2009 г. относно предприемането, упражняването и пруденциалния надзор на дейността на институциите за електронни пари и за изменение на директиви 2005/60/ЕО и 2006/48/ЕО, и за отмяна на Директива 2000/46/ЕО.

карти) и функциониращ в „отворена система“, т.е. преносът на стойност чрез тях се извършва пред лица, различни от издателя на платежния продукт.

Други приемат, че критерий за отличаване на електронните пари е дали стойността им се намира в или извън банката (Solomon, 1997, p. 65; Иванов, 2005).

В теорията се разглежда и понятието виртуални пари като различно от понятието електронни пари (Кочергин, 2017). Виртуалните валути, за разлика от електронните пари в тяхната традиционна форма, се определят като електронна стойност, номинирана в нова валутна единица, различна от националната, представляваща законно платежно средство. В основата на виртуалните валути лежи концепция, сходна с тази на някои стоки, например злато. Но за разлика от стоките, те имат нулева вътрешна стойност, която се определя от обмяната им срещу други стоки или услуги или национална валута. Друга отличителна особеност на виртуалните валути е способът на предаване на електронната стойност от платеща на получателя. При тях ефектът е като при плащане чрез налични пари, но на отдалечено разстояние (чрез Интернет). Това става чрез използване на децентрализирана или разпределителна единна система за отчет на данните по финансовите операции, базиращи се на определени правила за блокови трансакции. Платецът с виртуална валута държи криптографските ключове за достъп до електронната стойност и чрез тях инициира трансакцията към получателя. Потвърждението от получателя за трансакцията се добавя в единната схема за отчета на данни, докато в традиционните системи за електронни пари участват няколко доставчика на услуги, които изпълняват операциите в системата – емитенти на електронни пари, мрежови оператори, клирингови организации, банки, обслужване и др.

По смисъла ЗПУПС, издатели на електронни пари са банките, дружествата за електронни пари след получаване на лиценз, Европейската централна банка (ЕЦБ) и националните централни банки (НЦБ) на държавите-членки, когато не действат в качеството си на органи на паричната политика или на органи, осъществяващи публично-правни функции.

Дружествата за електронни пари (ДЕП) са нова институция, възникнала на основата на Директива 2009/110/ЕО на Европейския парламент и на Съвета. Те са юридически лица, получили разрешение за издаване на електронни пари. Новият ЗПУПС синхронизира разпоредбите относно дейността на ДЕП с актуалните европейски регламенти. ДЕП са капиталови търговски дружества. Регламентирани са изисквания по отношение на началния им капитал при лицензиране и нивото на собствен капитал. Лицензът се издава от БНБ, когато седалището на заявителя е на територията на РБългария. Когато ДЕП извършват само услуги по предоставяне на информация за сметка (чл. 4, т. 8 от ЗПУПС) без други услуги в областта на електронните пари, те се регистрират само като доставчик на тези услуги. Към юни 2018 г. в публичния регистър на вписани 3 български ДЕП и 163 ДЕП, лицензирани в други държави-членки (Касабова, Тюфекчиева-Михайлова, 2018, с. 119).

Основна дейност на ДЕП е издаването на електронни пари. ДЕП не могат да приемат влогове, а получават от държателя парични средства, които незабавно обменят в електронни пари. Не могат да начисляват лихви и други ползи. ДЕП извършват и допълнителни дейности. Предоставят пълен обем платежни услуги, за които имат лиценз, и спомагателни дейности, свързани с тях, както и оперативни услуги. ДЕП могат да извършват дейност като оператор на платежна система, а при определени условия – да предоставят кредити, свързани с платежните услуги, които извършват (чл. 42 от ЗПУПС).

4. Карти

4.1. Платежните карти – най-разпространеният платежен инструмент

През последните десетилетия платежните системи се ориентират към непарични платежни инструменти, сред които най-разпространени са платежните карти и интернет банкирането.

Използването на платежни карти като безналичен платежен инструмент е най-голямо в електронната търговия. Първоначално картите са средство за плащане при сделки с физическо присъствие в обектите на търговците, но използването им при дистанционните сделки бързо нараства. Това налага картовите платежни системи да се развиват в посока на повишаване на сигурността с цел усъвършенстване на дистанционната система на авторизация и автентификация на операциите.

Съгласно чл. 25, ал. 1 от Наредба № 3 на БНБ от 18.04.2018 г. за условията и реда за откриване на платежни сметки, изпълнение на платежни операции и за използване на платежни инструменти, „платежната карта е вид персонализиран платежен инструмент (дебитна или кредитна карта), който се използва многократно за идентификация на оправомощения ползвател на платежни услуги и за отдалечен достъп до платежна сметка и/или до предварително договорен кредитен лимит и с който могат да се извършват платежни и справочни операции“.

Доскоро преобладава мнението, че платежна карта е вид материализирано персонализирано устройство, върху което е записана информация по електронен начин. Развитието на технологиите обаче води до създаване и на виртуални карти без материален носител. При тях карта с формата на пластика не се използва, а само необходимите данни за нареждане на платежната операция. В такъв случай тя не представлява персонализирано устройство, а набор от процедури, и се доближава до директния дебит и кредитния превод. Но за разлика от тях, е носител на електронна информация и е определяна като електронен платежен инструмент (Касабова, 2012, с. 63), състоящ се от записана електронна информация върху магнитна ивица и интегрална схема (чип).

Платежната карта съдържа *задължителни реквизити*, които я персонализират и позволяват идентификацията на оправомощения ползвател на платежни услуги. Задължителните реквизити са:

- идентификационен номер на картата, който е уникален чрез комбинация от най-малко четири цифри и включва в себе си номера на банката или институцията издател;
- име на оправомощения ползвател;
- срок за валидност;
- информация относно идентификацията на издателя;
- лого на оператора на платежната система, което показва, че терминалните устройства, работещи с картата, са свързани с неговата авторизационна система.

Платежната карта притежава *защитни характеристики*, които включват целия набор от допълнителни пароли и кодове за въвеждане в действие на съвременните платежни инструменти. Една от най-съществените защитни характеристики е допълнителният код за сигурност (секюрити код или CVV2; CVC2 или с общо обозначение CVx2). Той се предоставя от емитента на платежната карта (дебитна или кредитна) за разплащания

без физическо ползване на картата – в интернет, по телефон и др. Служи за автентификация на платежната карта, а също и на ползвателя ѝ.

Защитни характеристики са и допълнителните пароли Mastercard SecurityCode и Verified by Visa. Те служат за автентификация в 3D Secure – industry communication protocol, свързващ онлайн търговеца с банката, респективно доставчика на платежни услуги, и издателя на картата. Служат за идентифициране на картодържателя в момента на извършване на платежната интернет операция. Тези допълнителни пароли са уникален персонален код с поредица от символи (секретна парола), който може да бъде предварително договорен от картодържателя и емитента, без да е вграден в картата, или е генериран в момента на извършване на платежната операция чрез изпращане на SMS.

Всеки оправомощен ползвател на платежни услуги притежава определен от издателя на картата *персонален идентификационен номер* (ПИН), свързан с неговата карта. Издателят осигурява запазването му в тайна. Персоналният идентификационен номер е също вид персонализирана защитна характеристика и не представлява електронен подпис.

Платежната карта материализира права, които са неотделими от материалния ѝ носител и се упражняват многократно (Касабова, 2012, с. 70). Платежните операции, свързани с карта, представляват услуга, основана на инфраструктурата и търговските правила на платежна картова схема за извършване на платежна операция чрез картови, терминални телекомуникационни, цифрови или информационно-технологични устройства или софтуер. Приемането на плащания и изпълнението на платежни операции чрез платежни карти могат да се извършват и от доставчик на платежни услуги, различен от издателя на платежна карта. С платежна карта могат да се извършват и справочни и неплатежни операции (чл. 27 от Наредба № 3 на БНБ). Основните операции с платежни карти са:

- теглене или внасяне на пари в брой чрез терминално устройство ATM;
- плащане на стоки и услуги и теглене на пари в брой чрез терминални устройства ПОС;
- плащане на стоки и услуги и превод между сметки чрез виртуални терминални устройства ПОС;
- превод между платежни сметки чрез терминални устройства ATM;
- плащане на услуги чрез терминални устройства ATM;
- справочни и други платежни и неплатежни операции.

Трансакции с платежни карти се извършват чрез терминални устройства ATM и ПОС, инсталирани на територията на България или в чужбина. Терминалните устройства ATM и ПОС служат за отдалечено осъществяване на връзка чрез банковата карта до средствата по сметката, към която е издадена картата.

АТМ (банкомат) представлява устройство за теглене или внасяне на пари в брой, плащане на услуги, извършване на преводи между платежни сметки, на справочни и други платежни и неплатежни операции (т. 3, §1 от ДР на Наредба № 3 на БНБ).

ПОС устройството е устройство, чрез което се извършва плащане на стоки и услуги или получаване на пари в брой чрез използване на платежна или предплатена карта (т. 4, §1 от ДР на Наредба № 3 на БНБ).

Чрез виртуалното ПОС устройство се извършват преводи по платежни сметки или плащане на стоки и услуги чрез Интернет, терминални устройства АТМ или цифрови телефони при използване на платежна или предплатена карта в режим онлайн.

К. Касабова и М. Тюфекчиева-Михайлова изясняват разликите в същността на електронните пари и платежната карта. Платежната карта, за разлика от електронните пари, функционира въз основа на рамков договор за издаване с оправомощен ползвател – картодържателя, който може да бъде само физическо лице. По договора за издаване на електронни пари насрещната страна се нарича държател (чл. 35, ал. 2 от ЗПУПС). Платежната карта всъщност може да бъде инструмент за ползване на електронни пари (Касабова, Тюфекчиева-Михайлова, 2018, с. 119).

Картите се издават от банки и лицензирани платежни институции, а електронните пари – от банки, дружества за електронни пари и ЕЦБ и НЦБ. Лицензираните платежни институции нямат право да издават електронни пари.

4.2. Механизъм на разплащане с карти

Картовата платежна система се разглежда като част от националната платежна система. Тя е вид безкасова платежна система с окончателност на сетълмента и за нея са валидни характерните особености на платежните системи.

Картовият платежен процес се състои от няколко фази:

- **иницииране на платежна операция** от картодържателя, който извършва платежно нареждане на АТМ, ПОС или по интернет, електронна поща, телефон и др. при дистанционно плащане по сделки.
- **авторизация на платежната операция** – процес на проверка на платежната карта и идентификация на картодържателя. Проверката започва с автентификация – прочитане на информацията от магнитната лента и чипа, сверяване на допълнителните кодове за сигурност, пароли, данни и др. при дистанционните сделки. Идентичността на картодържателя се проверява чрез ПИН или подпис. Следва получаване на одобрение за извършване на операцията от банката издател на платежната карта, когато тя поддържа собствен авторизационен център или от упълномощения оператор на платежната система, който посредничи между участниците. Одобрението се изпраща на доставчика на платежни услуги, на чието устройство се извършва операцията с платежната карта. Когато доставчикът на платежни услуги има оператор на платежна система, който я обслужва, той също посредничи в процеса.

При проверката емитентът на картата или операторът извършват проверка на валидността на картата, ПИН-а и размера на покритието на платежната сметка при дебитни карти или транзакционните лимити при кредитна карта. След това платежната сметка се намалява с размера на авторизираната сума, а плащането по кредитния лимит се разрешава. Авторизацията на плащанията се извършва в онлайн режим. Това е режим, при който при всяка платежна операция с карта незабавно се извършва проверка в авторизационната система на издателя на картата или обслужващия го оператор, към която чрез телекомуникационна среда е свързано терминалното устройство, извършващо платежната операция.

Авторизационните системи на банките имат директна онлайн връзка със системен оператор на система с окончателност на сетълмента, обработваща платежни операции, свързани с карти, извършваща нетен сетълмент в определен момент в RINGS и пренасочваща авторизационните съобщения между банките. Терминалните устройства

на територията на страната също имат директна или индиректна онлайн връзка със системен оператор на система с окончателност на сетълмента, обработваща платежни операции, свързани с карти, която извършва нетен сетълмент в определен момент в RINGS (чл. 33, ал. 1-4 от Наредба № 3 на БНБ.)

Картовите операции, които се одобряват в офлайн режим, се разрешават без свързване с издателя в момента на операцията, тъй като не се поддържа постоянна връзка с авторизационен център и може да се допусне надвишаване на разполагаемата наличност (например платежните карти Mastercard Business). В България не се извършват картови трансакции в офлайн режим. Авторизация може да се извърши и по телефона, като се проверява само възможността за извършване на трансакция.

- **извършване на многостранен нетен сетълмент** (клиринг). Терминалните устройства АТМ и ПОС на територията на страната, поддържани финансово от банки, лицензирани от БНБ, и клонове на банки, извършващи дейност на територията на страната, имат директна или индиректна онлайн връзка със системен оператор на система с окончателност на сетълмента, обработваща платежни операции, свързани с карти, която извършва нетен сетълмент в определен момент в RINGS. Клиринг и сетълмент на платежни операции в левове, свързани с платежни карти, при които издателите са банки, лицензирани от БНБ, и клонове на банки с дейност на територията на страната, се извършват от системен оператор на система с окончателност на сетълмента, обработваща платежни операции, свързани с карти, която извършва нетен сетълмент в определен момент в RINGS.

За всички междубанкови плащания с карти на територията на страната клирингът се осъществява от БОРИКА – Издател.

Нетирането е процес на дебитиране и кредитиране на задълженията на всяка банка към останалите, така че всяка банка да остане с една нетна позиция. Тясно свързани с процеса на нетиране са календарният и системният ден. Календарният ден е в рамките от 00-24 часа и в неговите рамки се зареждат дневните лимити на авторизационната система на оператора на платежната система. Системният ден е 24-часовият период на извършване на операции с карти и винаги започва в един календарен ден и свършва на следващия. Във всеки работен ден в часовете за приключване на системния ден се извършва затваряне на авторизационната система. Вальорът на задължаване на платежната сметка на платеца или на кредитен лимит е работният ден на RINGS, в който сметката за сетълмент на банката издател е задължена чрез заявката за сетълмент на системния оператор. Вальорът на заверяване на платежната сметка на получателя е не по-късно от работния ден на RINGS, в който сметката за сетълмент на банката, приемаща плащания с карти, е заверена чрез заявката за сетълмент на системния оператор (чл. 32, ал. 2 и 3 от Наредба № 3 на БНБ).

След това БОРИКА изготвя заявка за сетълменти я изпраща до платежната система RINGS при БНБ. Заявките за нетен сетълмент се извършват в определен момент съгласно графика на RINGS. В заявката се включват и задълженията по междубанковите такси за картовите трансакции.

- **Финалният сетълмент** при междубанкови операции с карти е процес на дебитиране на сметката за сетълмент в БНБ на банката, която е издала платежната карта и кредитиране със сумата на извършената картова операция на сметката за сетълмент в БНБ на банката, която поддържа финансово АТМ или сметката на търговеца, при който е инсталиран ПОС терминала. След финалния сетълмент от RINGS, БОРИКА получава изходящо съобщение за резултата. На свой ред БОРИКА уведомява всяка банка за извършените и получени от нея платежни операции с карти

през системния ден. Изпраща се и подробна справка за направените положителни трансакции, включени в сетълмента. При отрицателен сетълмент (когато сетълментът не е извършен), БОРИКА елиминира участника с недостиг на средства, преизчислява нетните позиции на останалите участници, уведомява банките за новите задължения и изпраща ново съобщение за сетълмент към RINGS.

След извършване на сетълмента, БНБ задължава сметките за сетълмент в RINGS на банките по дебитите и заверява сметките за сетълмент по кредитните позиции.

4.3. Участници в картовия платежен процес

Тъй като картовата платежна система е вид платежна система с окончателност на сетълмента, **участниците в платежния процес** са разгледани подробно в раздел 3.2. на настоящата глава. Тук са посочени само техните специфики.

- При картовите разплащания сред основните задължителни участници са *емитентите на картата*. Издатели на платежни карти са *доставчиците на платежни услуги*, които са получили лиценз от БНБ за издаване на този платежен инструмент, както и клонове на банки от държави-членки на ЕС и на трети държави. Като доставчици на платежни услуги, банките издават карти и приемат картови плащания, като поддържат АТМ и ПОС терминални устройства, които се използват не само с издадената от тях карта, а с всички банкови карти, издадени на територията на страната. Банките могат да бъдат и само акцептираща страна, когато не са лицензирани да емитират платежни карти. Съгласно чл. 3, ал. 1 от ЗПУПС, издатели на карти могат да бъдат и други доставчици на платежни услуги, ако са получили лиценз от БНБ. Такива са „Дайнърс Клуб България“ АД, „ТиБи Ай Кредит“ ЕАД, „Интеркарт Файнанс“ АД, „Транскарт Файненшънъл Сървис“ АД и др. Тези доставчици на платежни услуги могат да участват в картовия платежен процес и като извършват само различни платежни операции или услуги и когато обслужват АТМ или ПОС терминалните устройства на територията на търговския обект, водят тяхната сметка или осъществяват или обслужват виртуалната търговия чрез платежни карти на виртуални ПОС терминални устройства.

Клоновете на банки от държавите-членки на ЕС и на трети държави също са участници в картовите разплащания, когато по силата на договор с международните картови организации MasretCard International и Visa Europe издават карти или картови продукти, използвани на територията на страната.

- Други важни участници в картовия платежен процес са *оправомощените ползватели – картодържателите*. Те са ползватели на платежни услуги в качеството им на платци или получатели и могат да бъдат само физически лица. Те трябва да бъдат дееспособни, но практиката е наложила издаване на дебитни платежни карти и на малолетни и непълнолетни лица (възрастова група 7-18 години) в качеството им на получатели на стипендии, издръжки, трудово възнаграждение и др. В случая платежната сметка се открива от законния представител на лицето, който дава съгласие за издаване на картата и определя нейните лимити.
- В картовия платежен процес *системният оператор* на картовата платежна система с окончателност на сетълмента е лицето, което обслужва системата за картови плащания с окончателност на сетълмента. В България това е „БОРИКА – БАНКСЕРВИЗ“ АД. Участници в платежната система БОРИКА са 22 банки и 4

платежни институции.³⁹ БОРИКА извършва авторизация на плащанията с карти, издадени както от български доставчици на услуги, така и от чуждестранни. Тя поддържа оперативна връзка с международни авторизационни центрове (Euronet – Унгария; Remote Processing Center – Словакия; Кассис – Македония); пренасочва плащания към българските банки със собствени авторизационни центрове, като ПИБ, ДСК АД, ОББ АД, Пощенска Банка АД; поддържа технологичната инфраструктура за обслужване на плащанията с карти; извършва многостранен нетен сетълмент; както и други услуги, като монтаж и поддръжка на АТМ и ПОС, обучение и др.

- *БНБ е агент по сетълмента* и оператор на платежните системи с окончателност на сетълмента, съгласно българското законодателство. В това си качество БНБ изгражда и управлява RINGS – системата, чрез която се извършва прехвърляне на суми в левове по сметките между участниците в картовия платежен процес в реално време и окончателно. Освен БНБ, участници в RINGS са и лицензираните от БНБ банки и клонове на банки, осъществяващи дейност на територията на страната, банки от държави-членки, извършващи дейност на територията на Република България чрез клон (чл. 146, ал. 1 от ЗПУПС).
- *Търговците* не са задължителни участници в картовия платежен процес, а само когато терминалните устройства ПОС се намират в техните търговски обекти. От търговеца зависи дали да приема плащания с карта срещу продаваните от него стоки и услуги. Той е лице, различно от доставчика на платежни услуги и се намира в договорни отношения с него. Договорът съдържа видовете платежни карти, с които търговецът може да извършва платежни операции, приложимите процедури и задължения на търговеца, процедурите за сигурност, срока и начина на плащане на търговеца от доставчика на платежните услуги. Тези изисквания се прилагат и за виртуални терминални устройства ПОС. Търговците са физически или юридически лица по смисъла на Търговския закон.
- В картовия платежен процес могат да участват и *други субекти* – системи за електронни плащания (PayPal, TransferWise, PaySera, Western Union, за България например ePay, и др.). Те са посредник между картодържателите, търговците и доставчиците на платежни услуги. Тяхната роля в платежната система е изборна, а не задължителна. Те подпомагат механизма на плащане на интернет търговците към различните картови схеми в качеството им на портали за плащане в електронната търговия. Осигуряват защитена връзка между клиента и търговеца или оператора на платежната система, съгласно изискванията на международните картови схеми, което е скъпа и сложна инвестиция. Съществуват две основни области на приложение на системи за електронно заплащане – това са обмен на данни (заявки, сметки и др.) и електронни преводи на парични средства, които се осъществяват между банки. Електронните разплащания се осъществяват чрез електронни платежни средства.

ePay осигурява възможност за плащане с карти между регистрирани в системата клиенти и търговци, като обслужва виртуално ПОС устройство. Плащанията се извършват с национални и международни дебитни и кредитни карти. Чрез системата може да се пазарува само в български електронни магазини, с които ePay е сключила договор.

³⁹ <https://www.borica.bg/attachments/BobsProduct/9/docs/Regulirani-uslugi-spisak-Banki.pdf>.

4.4. Видове карти

Международният финансов пазар вече разполага с голям асортимент от картови продукти. Тук са разгледани най-разпространените в българската платежна система. Най-познати и използвани карти у нас са дебитните и кредитните.

Дебитната карта е свързана с банкова сметка, позволяваща на притежателя да тегли пари в банкомати и да плаща за стоки и услуги в търговски обекти, бензиностанции, ресторанти и др. Сумата на покупката се дебитира директно и незабавно от сметката на ползвателя на картата. Чрез дебитната карта оправомощеният ползвател реализира правото си на отдалечен достъп до собствени парични средства, внесени по разплащателна сметка на издателя.

Дебитните карти са масово разпространени, защото осигуряват незабавен достъп до собствените парични средства. Те са платежен инструмент за ежедневно плащане и използването им е бързо, удобно и лесно. Те са в основата на модерното банкиране на дребно, като на европейския пазар са 2 пъти повече от кредитните карти и нарастват с повече от 10% годишно.⁴⁰

Има различни видове дебитни карти:

- **директни** – те са най-масовите, с които се осигурява плащане до размера на средствата по платежната сметка;
- **разсрочени** – с отложено плащане. При тях сумата ще бъде възстановена след предварително определен срок – месечна дата, лимит и т.н., без да се начисляват лихви. Получили са популярност като дебитни карти с овърдрафт. Носят белезите на револвиращите кредитни карти, тъй като притежателят се възползва от кредит за максимум един месец, който дава възможност на титуляра да отложи част от плащането след месечната дата на сетълмент. Но за разлика от тях, при дебитните карти с отложено плащане оправомощеният ползвател има платежна сметка при издателя на картата и се изисква да получава по нея трудовото си възнаграждение. Овърдрафтът на практика представлява превизиране на салдото по платежната сметка и има характера на краткосрочен кредит с ниска стойност. Този вид карта често се определя като смесена форма между дебитна и кредитна карта. Тя е инструмент за краткосрочно финансиране за текущи нужди;
- **парични** – предназначени само за теглене от банкомати.

Кредитната карта предлага револвиращи кредитни средства, при която ползвателят може да избере да плати цялата изразходвана сума или да плати само част от нея (при определен минимум), като в този случай издаващата институция начислява лихва. Кредитните карти обединяват в себе си платежно-разплащателни и кредитни функции. За разлика от дебитните карти, чрез кредитните ползвателят получава право на достъп до средства, които не притежава. Кредитните карти не се издават по конкретна платежна сметка, а се ползва кредит. Издават се на надеждни клиенти и им осигуряват възможност за финансова свобода и сигурност. Познати са различни видове кредитни карти:

- **револвиращи** – издателят предоставя на ползвателя определен кредитен лимит или максимален размер на паричните средства, които могат да се ползват с картата. Погасяването се извършва чрез минимална месечна погасителна вноска в размер на

⁴⁰ <http://www.visaeurope.com/en/cardholders/prepaid.aspx>.

определен процент от общата сума на задължението. Това не изключва възможността да се погаси използваният кредитен лимит по всяко време. Освен задължението си, ползвателят заплаща и всички разноси, такси, лихви и комисионни;

- **чардж** – ползвателят е длъжен да погаси използвания кредитен лимит до конкретна дата или период, като после може отново да го използва. Тези карти обикновено са обвързани с бонуси, като достъп до атрактивни събития, ВИП салони в международни летища и др. При просрочване на плащането, лихвите са по-високи и имат наказателен характер.

Предплатената карта е карта с фиксирана сума за еднократна употреба или за презареждане. При тези карти запазената сума се намалява с всяка покупка. Използват се предимно в затворени системи, като обществен транспорт и все по-често при мобилните телефони.

Предплатената карта е вид персонализиран платежен инструмент, върху който се съхраняват електронни пари или се осигурява отдалечен достъп до електронни пари, и с който се извършват платежни операции. Предплатената карта се издава за определен срок от време и може да не е персонализирана. Когато е персонализирана, притежава персонализирана защитна характеристика – ПИН (чл. 33, ал. 1 от Наредба № 3 на БНБ). Когато се използва само за плащане на стоки и услуги и превод между сметки чрез виртуални терминални устройства ПОС, може да не притежава персонализирана защитна характеристика – ПИН (чл. 33, ал. 4 от Наредба № 3 на БНБ).

Картите се зареждат със стойност в клон на банка, чрез банкомат, чрез мобилен телефон или компютър, които имат електронна връзка с финансовата институция, емитент на картата.

Предплатените карти биват два вида:

- От отворен вид – издават се от доставчици на платежни услуги и могат да се приемат от всички търговци, които приемат продуктите на съответната картова схема. Такива например са електронно портмоне, предплатени карти за физически и виртуални плащания, носещи бранда на картовите схеми, карта за подарък.
- От затворен вид – предплатените телефонни карти, карти за обществен транспорт, предплатените карти за подарък, които се използват само в определени магазини, или за определени продукти. Всички те не съдържат електронни пари.

Виртуална платежна карта – съгласно определението на ЕЦБ, тя е начин на плащане, при който се издава временен номер на карта със срок на валидност, ограничена до определен лимит, който може да се използва при интернет операции (European Central Bank, 2012). По своя характер виртуалните карти са подобни на предплатените карти, но не съдържат електронни пари. Те са иновативен продукт на международните картови организации, доколкото предлагат по-голяма сигурност на разплащанията в интернет. Могат да имат материален носител, който работи без ПИН код, но са предназначени само за плащания в интернет пространството. Данните на виртуалните карти без материален носител се получават чрез интернет. Картата може да се захранва от каквато и да е платежна сметка на титуляра с пари в брой. Тя не работи с АТМ и ПОС терминални устройства, а с виртуални устройства ПОС. Виртуалното терминално устройство ПОС (Virtual POS Terminal) е логически дефинирано терминално устройство ПОС, чрез което се извършват преводи по платежни сметки, плащане на стоки и услуги, справочни и други платежни и неплатежни операции чрез интернет,

терминални устройства АТМ или цифрови телефони при използване на платежна или предплатена карта в режим онлайн (§1, т. 2 от Наредба № 3 на БНБ).

По-голямата сигурност на виртуалната карта се дължи на факта, че непосредствено преди трансакцията ползвателят захранва картата с необходимата сума от своя платежна сметка. Платежната операция може да се осъществи само в рамките на тази сума, а остатъкът, ако има такъв, се връща обратно в платежната сметка. Така на практика в картата не остава сума, която да стане обект на злоупотреби.

Когато титулярят на виртуалната карта няма платежна сметка при издателя на виртуалната карта, при купуването ѝ тя се зарежда с определена парична сума, а след това се презарежда чрез интернет банкиране или в брой в офиса на издателя.

4.5. Картови схеми

Платежната картова схема е понятие, регламентирано в чл. 2, т. 16 от Регламент (ЕС) 2015/751. Тя представлява „единен набор от правила, практики, стандарти и/или насоки за прилагане относно изпълнението на платежни операции, свързани с карти, който е отделен от всяка инфраструктура или платежна система, поддържаща функционирането му, и включва всеки определен орган, организация или субект за вземане на решения, отговарящ за функционирането на схемата.” (§1, т. 35 от ДР на ЗПУПС и § 1, т. 6 на ДР на Наредба № 3 на БНБ).

Като платежен инструмент картата е позната от началото на XX век, въпреки че подобна концепция е описана още през 1888 г. в утопичния роман от Едуард Белами „Поглед назад: 2000-1887 г.“. Първите кредитни карти са възникнали двадесетина години по-късно, за да улеснят шофьорите при покупка на бензин, масло, поправки и други услуги. Тогава петролните компании, следвани от големите универсални магазини, започват да издават свои карти, с които могат да се заплащат всички продукти на компанията в съответния магазин. Така си осигуряват повече и постоянни клиенти и повишават своята конкурентоспособност.

Изобретяването на банковата кредитна карта се приписва на Джон Бигинс от Flatbush и Националната банка в Бруклин, която през 1946 г. създава схемата „Charge-It“ между клиентите на банката и местните търговци. Първата съвременна разплащателна карта е издадена през 1950 г. от Дайнърс К्लъб за заплащане на разходите в престижни ресторанти. Тя представлява обикновен правоъгълник от картон, където е изписано името на притежателя ѝ и списък на заведенията, участващи в програмата (Уедърфорд, 2001 с. 286-290).

Visa

През 1958-1959 г. компанията „Американ Експрес“, извършваща търговия с пътнически чекове, издава първите си разплащателни карти от пластмаса, предназначени за пътуващи бизнесмени. Банките бързо се включват в процеса, осъзнавайки предимствата на новия платежен инструмент. Първа е Bank of America, която през 1958 г. издава „Банкамерикард“ – първата разновидност на банкова карта, която бързо става най-популярна в САЩ. Скоро и други по-малки банки се присъединяват към нейната система. През 1977 г. името на картата е променено на Visa. Към средата на 90-те години на XX век Visa вече е най-широко разпространената кредитна система в цял свят, с над 400 млн. карти, валидни в 12 млн. обекта (Уедърфорд, 2001 с. 286-290). През 2007 г., в резултат от сливане и преобразуване, дружеството се превръща публично АД – Visa Incorporated, чиито акции се търгуват под борсовия символ V. Visa предлага дебитни, кредитни и предплатени карти. През 2007 г. Visa Europe се отделя в самостоятелно дружество за развиване на подобна дейност на територията на Европа.

Продуктите на Visa Europe са синхронизирани с принципите на картовата рамка на SEPA.

Mastercard Incorporated

Mastercard Incorporated е дружество, създадено през 1958 г. в САЩ, Калифорния от 4 банки като конкурент на Bank of America. Впоследствие става акционерно дружество с 25 000 акционери – финансови институции, известно като Mastercard Worldwide, чиито акции се търгуват под символа MA. През 1966 г. същите банки създават Interbank Card Association, която издава картата MasterCharge, добила голяма популярност, и през 1979 г. преименувана на Mastercard. Впоследствие Mastercard Incorporated се слива с друга голяма международна организация за кредитни карти Europay International SA, като издава карти под наименованието Eurocard. От 2006 г. се връща фирменото име на картата – Mastercard.

Mastercard и Visa издават широка гама от картови продукти. Сред тях са традиционните кредитни карти Visa Classic и Mastercard Standart, бизнес кредитни карти, златни кредитни карти с по-висок кредитен лимит за клиенти с по-висок статус, платинени кредитни карти за VIP и специални клиенти, въз основа на оценка на финансовия статус на титуляра. Двете най-разпространени картови схеми предлагат и широко разнообразие от дебитни карти. В България те са познати като Visa Classic, Mastercard Standart – международни дебитни карти, които позволяват теглене от банкомат и плащане на стоки и услуги в страната и чужбина и в интернет. Наред със стандартните картови операции, Visa Electron дава възможност за овърдрафт и играе ролята на разсрочена дебитна карта. V Pay е картов продукт на Visa Europe, валиден само в ЕС, изцяло съвместим с изискванията на SEPA. Тя е с висока надеждност и се използва в търговски обекти и банкомати в цяла Европа. Maestro на Mastercard може да бъде както местна, така и международна и се издава от Mastercard Europe. Ползва се в целия свят, предоставя възможност за овърдрафт.

American Express

Първоначално American Express започва дейността си в областта на експресните пощенски бизнес услуги в Ню Йорк, САЩ, но се развива във финансовата област, като предлага парични преводи и акредитиви. Издава първите пътнически чекове Express Traveler, а през 1957 г. започва издаване на кредитни карти. Тогава картата American Express дава отстъпка за търговци на ресторанти, които приемат плащане само с нея и така получава предимство пред конкурентите си Mastercard и Visa. American Express издава богато разнообразие от кредитни карти, като международна карта American Express, предназначена за бизнес или туристически пътувания, Euroline American Express с допълнителни възможности за ползвателите като застрахователен пакет, теглене от банкомат и др. зелена, платинена, златна, черна карта за определени сегменти от потребители. По време на финансовата криза през 2008 г. American Express се преобразува в банкова холдингова компания, за да участва в програма за правителствена помощ.

Diners Club International

Diners Club International е създател на първата кредитна карта, първоначално предназначена за елитни клиенти. Тя придобива международна известност и има

широко приложение при самолетните бизнес пътувания. През 1970 г. се създава първата корпоративна кредитна карта. Diners Club днес е една от водещите компании в издаването на кредитни карти и електронни плащания в САЩ и обслужва клиенти в над 150 държави, включително в България.

JCB International

JCB International е кредитна карта, издавана от едноименната японска международна картова организация. Използва се в целия свят, но най-широко разпространена е в Азия. Създадена е през 1961 г., а през 1981 г. излиза на международния пазар и се налага като глобална марка за разплащане в световен мащаб. От 2005 г. JCB карти се предлагат и в България. Техни продукти са: кредитни карти Транскарта JCB – за ежедневни картови разплащания с бонуси, даващи високи търговски отстъпки при пазаруване в търговски обекти (до 10%), безплатни застраховки при пътуване и без такси за трансакцията при пазаруване в интернет; TBI Card – за закупуване на определени потребителски стоки на кредит; iCARD – кредитен продукт, насочен към индивидуалните потребности на клиента и работещ с два лимита – единият за регулярни покупки, а другият за разсрочени плащания на покупки на изплащане и др. Платежните институции, които издават посочените кредитни карти са лицензирани за издаване и на международни кредитни карти, под логото Mastercard или Visa.

Картовият бизнес е доминиран от двете международни картови схеми или мрежи Mastercard и Visa. Първоначално те предлагат само кредитни карти, а впоследствие създават схеми за дебитни карти, предлагащи рамка за оперативна съвместимост, съвместно използване на национални схеми за дебитни карти, като Carte Bancaire във Франция или Vancomat в Италия. Чрез тях става възможно пътуващите да теглят пари от банкомат на практика по целия свят. До септември 2006 г. финансовите институции са издали 1.51 млрд. Visa карти, използвани за годишни покупки и теглене на пари в размер на 4 трилиона долара (Rambure, Nacamuli, 2008, pp. 35-36; www.visaeurope.com, April 2008). През 2007 г. клиентите на Mastercard са издали 916 млн. карти и покупките в местна валута възлизат на 2.3 трилиона долара (Rambure, Nacamuli, 2008, pp. 35-36; www.Mastercard.com. Corporateoverview, April 2008).

Различните носители на информация, които се съдържат в банковата карта, се развиват доста бавно във времето. Първият носител на информация е ембосингът, който представлява номера на картата, името на картодържателя и датата на валидност на картата. Чак в средата на 70-те години на XX век се появява концепцията за магнитната лента като носител на информация, а 20 години по-късно, през 90-те години, се появява и чипът. За изминалите 60 години ембосингът все още фигурира върху част от картите в някои страни като Украйна, Мексико, Израел и др., и информацията от банковата карта се получава чрез този носител.

Въпреки че технологията на чиповете е известна повече от 30 години, все още съществуват държави, които не са я възприели напълно. В последните години се появяват много нови технологии, като безконтактното плащане. Mastercard и Visa издават ново поколение платежни карти, които не се поставят в ПОС устройства и не е необходимо да се въвежда ПИН при ниска стойност на покупките – Mastercard PayPass и Visa payWave. С тях може да се правят ежедневни плащания, които обикновено се правят в брой на ПОС устройства в хотели, кафенета, ресторанти и др. Visa Cashback дава възможност за теглене на малки суми в брой при търговец, който предоставя такава услуга, наред с плащането на закупените стоки, за да не се ползва банкомат.

Разнообразието от картови продукти нараства с високи темпове. В България вече се издават и виртуалните платежни карти Virtual Mastercard и Virtual Visa. Но поради големия обем на банкови карти, старите носители, като магнитната лента, ще си останат актуални атрибути на платежната карта още дълги години.

4.6. Иновационни технологии за картови плащания

След 1970 г. картовите технологии напредват изключително бързо. Магнитната лента, електронният чип и секретният ПИН започват да се прилагат по целия свят, съгласно стандарта EMV (Europay, Mastercard, Visa), и това значително увеличава сигурността на плащанията и намалява възможностите за измама. Иновациите в областта на компютърните и мобилните технологии и възможностите за програмиране на чипа позволяват картата да се използва за множество допълнителни функции, като мобилни плащания чрез взаимодействие със SIM картата на мобилния телефон, комбиниране на плащания върху една карта, като притежателят избира дали всяка покупка да бъде таксувана с неговата дебитна карта, кредитна карта или с електронното портмоне. Предплатените карти и електронните портмонета не биха могли да възникнат и функционират без наличието на чип в картата. Тези нови тенденции в картовите разплащания утвърждават още по-широкото приложение и развитие на картите като платежен инструмент в бъдещето.

Картови разплащания могат да се извършват посредством следните иновативни технологии:

Near-Field Communication (NFC) - „комуникацията в близко поле“ е набор от комуникационни протоколи и стандарти и технология за безжично свързване с малък обсег, която използва индукция на магнитното поле, за да позволи комуникация между устройства, когато те се докоснат едно до друго или на няколко сантиметра едно от друго. Тази технология е в основата на системата за безконтактно плащане като най-общо казано, тя надгражда и разширява възможностите на съществуващите екосистеми и стандарти, свързани с радиочестотни идентификатори (RFID) и безконтактните възможности с по-динамични функции, активирани от съвременните смартфони. Всички съвременни телефони вече поддържат NFC чипове и приложения, като Apple Pay и Google Pay, за да се възползват от милиардите RFID тагове и терминали, които вече са внедрени.

NFC поддържа интерактивни приложения, изградени върху основни RFID възможности, като автоматично сдвояване на Bluetooth слушалки и Wi-Fi връзки. Освен това може автоматично да изтегли данни или приложение от плакат или реклама. Първоначално NFC е предназначен да се използва за прехвърляне на файлове между телефони с помощта на Android Beam. Съвременните услуги като Google Nearby Share използват NFC за конфигуриране на безжични услуги в по-бързи мрежи като Bluetooth или Wi-Fi direct. NFC е ограничен до комуникация с малък обсег, което има важни последици за сигурността на физическия достъп. Потребителят трябва да е в рамките на около 3,5 инча (10 см) от NFC терминал, за да обработи плащане или да отвори врата. NFC работи в допълнение към три ключови иновации в безжичните четци на тагове, криптографската обработка на кредитни карти и връзката peer-to-peer (P2P), за да активира различни приложения. Най-същественото му предимство е, че е най-лесната безжична технология за установяване на връзка, което я прави полезна за IoT устройства. Друг фундаментален за безконтактните картови разплащания аспект е, че NFC не изисква хранване за основната механика на предаване и обработване на NFC

заявки. Това прави възможно внедряването му в устройства, които нямат батерия, като например банкови карти.

Второто значително NFC нововъведение включва криптографска обработка на банкови платежни карти, използвани за безконтактни плащания. Криптографията с публичен ключ позволява на картата да генерира нов код за удостоверяване за всяка транзакция, без да разкрива необработените данни на картата или трицифрения код за сигурност на гърба. Това гарантира, че дори ако някой подслушва или хакер се опита да проникне в карта в натоварено метро, никога няма да достигне до оригиналните данни за картата.

P2P свързаността вече е добавена към стандарта ISO/IEC 18092, като въведените спецификации, позволяват на устройства като смартфони, слушалки, рутери, домакински уреди и индустриално оборудване да инициират или реагират на NFC заявки. Това отвори широк спектър от модели на взаимодействие и свързване. Доставчиците на смартфони започват да изграждат някои основни приложения върху това. Apple пуска Apple App Clips, в които NFC етикет или QR код може да стартира приложения с основна функционалност за неща като поръчка в ресторант или отключване на павилион за скутери под наем, без да изтегляте на цялото приложение. С подобни устройства могат да се извършват и други функции, като чекиране на летища, отключване на хотелски стаи и др.

Тези приложения имат ограничен достъп до чувствителни данни на телефона. Основни предимства на NFC са: увеличаването на оперативната ефективност на платежните процесори, гарантиране на повече сигурност на платежните карти, позволяване на потребителите да избират динамично от множество карти, удобство за потребителите при плащане на стоки, опростяване на достъпа до бек-енд информация, възможност за проста настройка на нови връзки в сравнение с други безжични протоколи.

Разплащания чрез мобилни портфейли - Мобилният портфейл е цифров портфейл, който съхранява информация за разплащателна карта или карта за лоялност на мобилно устройство. Той е вид виртуален портфейл, който е достъпен чрез приложение, инсталирано на мобилно устройство, като смартфон или таблет. Много модели смартфони се доставят с интегрирани мобилни портфейли (Apple, Android, Samsung, др.) или потребителите могат да изтеглят приложението от магазините за приложения на мобилните телефони.

Мобилните портфейли използват технология за комуникации NFC (Near Field Communication) и много слоеве на криптиране и сигурност, за да гарантират, че транзакциите са безопасни. Мобилните портфейли са удобен и сигурен начин за потребителя да извършва плащания в търговската мрежа директно през мобилно устройство, поради което мобилните плащания стават все по-популярни през последните години в световен мащаб. Потребителите вече могат да плащат мобилно като токенизират и качат данните от банковата си карта на мобилния си телефон чрез редица различни технологии, от мобилни портфейли на банки до платформи като Apple Pay, Android Pay, Samsung Pay, PayPal и др. Тези технологии революционизират плащанията като използвайки NFC потребителите могат с едно докосване да извършват разплащане, без нужда от физически пари в брой или физическа банкова карта. Търговците трябва да разполагат с ПОС терминал за безконтактна връзка. Въпреки това, поради различните нива на технологичен напредък, различните пазари предоставят различни версии на мобилния портфейл и технологии за мобилни разплащания.

Приемане на плащания чрез смартфон - Още през 2007 г. статистиката е впечатляваща: в света се използват над 2.75 млрд. мобилни телефони, колкото са дебитните и кредитните карти, и 2 пъти повече от интернет потребителите. Мобилни телефони ползват 80% от европейското население, или един на всеки двама възрастни по целия свят (Rambru, Nacamull, 2008, p. 132).

Без съмнение появата на COVID-19 изведе на преден план предизвикателства за съществуването на бизнеса, особено за малкия и средния, с които те трябваше да се справят. Кризата създаде необходимостта от мислене за среда, в която бизнесът да има възможност да реагира динамично и гъвкаво с нови и оптимизирани финансови решения. В последните години бизнесите преосмислиха физическото си място и започнаха да търсят повече възможности да развият мобилността си и да се дигитализират. Точно тази промяна валидира нуждата от разплащателни методи, подпомагащи търговията в свят на ускоряваща се дигитализация. Tap On Phone решенията са софтуерни решения за ПОС терминал (още Soft POS - Софтуер за пос терминал), които дават възможност за приемане на плащания с безконтактни платежни карти и мобилни устройства директно на мобилния телефон на търговеца, на мястото на продажбата, без допълнителен хардуер или кабели, бързо, сигурно и удобно. Основно предимство на иновативното решение е ниската цена за придобиване и поддръжка от страна на търговеца, което съдейства значително за финансовото включване на малкия и среден бизнес. Тази иновация е с особено голямо значение за вертикали с ниско ниво на приемане на картови разплащания като търговци на отворени пазари, салони за красота, услуги по домовете и т.н., за които традиционните ПОС устройства са неподходящи за естеството на бизнеса им и не са мобилни. Друго предимство е възможността за управление на бизнеса от едно място – смартфон, тъй като софтуерния ПОС обикновено дава възможности за бизнес аналитичност, различни видове лоялни програми, възможни интеграции със счетоводни системи и др.

Една от първите технологии „Square” за приемане на разплащателни карти чрез смартфон е създадена в САЩ още през 2009 г. от едноименната иновативна компания и е революционен продукт, получил за кратко време широко разпространение по света. Технологиата позволява мобилният телефон да се превърне в своеобразен ПОС терминал. Целта на системата е да облекчи дребните търговци при приемане на плащания с кредитни карти и услугата да се ползва от дребния бизнес за заплащане на дребни покупки и услуги, като дребни ремонти в дома, уроци и др. Освен, че е изключително удобен за търговци, които смятат поддържането на ПОС устройство за скъпо, то позволява и осъществяването на платежни операции без използване на услуги от традиционните банки. За целта те стават клиенти на платформата „Square”. Първоначално тя работи със специално инсталиран картон четец към мобилния телефон, в което се поставя картата и системата извършва моментална автентификация, като изпраща на търговеца снимка на ползвателя на картата. Клиентът получава електронна касова бележка в момента на плащането. В последствие системата е усъвършенствана като се използват специални приложения и безконтактна технология. През 2011 г. подобна система се създава и в Европа от шведската компания iZettle и така приемането на безконтактни плащания навлиза още по-решително на европейския пазар. В последствие се появяват още компании, разработващи подобни технологични решения, като Европа е лидер в това отношение. Тези компании разработват и сертифицират решенията си в специални лаборатории, одобрени от PCI DSS, и до края на 2022 г. работят в режим на пилотни проекти на пазарите, където картовите схеми съблюдават показатели за сигурност на разплащанията и изключително клиентско изживяване. Тези вендори продават или отдават софтуерните си ПОС решения на

традиционните банки в общия случай, които на свой ред ги въвеждат и налагат на пазарите в сегментите на малкия и среден бизнес. Има и приемащи картови разплащания банки, които сами разработват такива решения. Често други участници със софтуерни ПОС решения са FinTech компании или институции за електронни пари с функции на платежни посредници (Payment Facilitators), които имат за свой фокус финансовото обслужване и добавени услуги именно към МСП.

Някои автори определят мобилните оператори, които придобиват лицензи за платежна институция (съгласно PSD), включително и за издаване на карти и разработването на софтуерни решения за приемане на разплащания, като основна заплаха за банките. Те бързо придобиват уменията за оценка на кредитен риск или намират застрахователна схема за неговото покриване. Банковата индустрия ще бъде заплашена от загуба на клиенти и на приходи (Rambru Nacamull, 2008, p. 120).

В България първите две компании, разработили и успешно наложили софтуерните си ПОС решения в страната и по целия свят още през 2019 г., са myPOS и Paynetics. Към края на 2022 г. освен тях на пазара ни има и 4 други участници, въвели софт ПОС решения на пазара – Уникредит Булбанк, Борика, Пощенска банка, Райфайзен банк или КВС, след сливането на банката с ОББ. Очакванията са до 2025 г. почти всяка банка да предлага софтуерни решения за приемане на картови разплащания, тъй като интересът от страна на търговците е голям. Намаляват се оперативните разходи на всички участници и се дава възможност да се адресират допълнителни нужди на различните бизнес модели в отделните вертикали на МСП.

Отворено банкиране - е система, която позволява сигурно споделяне на данни между финансови институции чрез използване на интерфейс за приложно програмиране (API), необходимо за развитието на финансови продукти и услуги. Един такъв продукт, базиран на отворено банкиране, е услугата по инициране на плащания, която позволява на клиентите да плащат онлайн по удобен и бърз начин, а на търговците - да получават такива плащания без такси, начислени от банки.⁴¹

С приемане на втората европейска директива за плащане PSD2 се регулира отвореното банкиране и се изисква всички банки в Европа да публикуват публични интерфейси, които да дадат достъп на трети страни, доставчици на платежни услуги до тази платежна информация, която от своя страна те да могат да предоставят на собствениците ѝ.

Третите страни са платежни институции, в България лицензирани от БНБ, в Европа от ЕЦБ. Това са регулирани институции с лиценз за извършване на open banking услуги. Те са две - доставка на информация по сметка и инициране на плащане. При създаването на нови услуги за бизнеса и потребителите от тези трети страни, когато те са базирани на отворено банкиране, клиентите трябва да дадат своето изрично съгласие информацията им да бъде достъпена или използвана.

Едно от най-големите приложения на отвореното банкиране е директното плащане от банковата сметка при пазаруване в интернет без посредник както при картовите схеми. Великобритания е водещ пазар за въвеждането на услуги за отворено банкиране и там например вече много платформи на публичната администрация, общините и е-платформи внедряват отвореното банкиране, за да адресират услуги към населението без кредитни и дебитни карти. По голямо приложение на тези услуги има във финтех

⁴¹ <https://www.investopedia.com/terms/o/open-banking.asp>

индустрията, където могат да се видят много успешни модели и нови приложения за бизнеса и крайния потребител.

В България всички български банки вече са публикували публични интерфейси и някои от по-големите вече имат услуга агрегиране на сметки в електронните си канали. Очаква се все по-голямо предлагане на услугата на отворено банкиране като основен фокус ще бъде поставен върху плащането директно от банковата сметка.

През последните години станахме свидетели на възхода на някои интересни нови методи на плащане, които премахнаха необходимостта от контакт лице в лице. Например много магазини за хранене замениха касиерите с павилиони за самообслужване, а биометричните плащания процъфтяха в Китай, където стотици ресторанти внедриха цифрови технологии, за да подобрят изживяването на клиентите, растежа и оперативната ефективност.

В САЩ гласовите команди са активни в много бензиностанции на Еххон, където клиентите могат да плащат за гориво, без дори да излизат от колите си, използвайки гласови команди чрез Echo Auto и други устройства за мобилност, поддържащи Alexa. Тези иновации демонстрират как ролята на плащанията е нараснала отвъд обикновения обмен на стойност срещу стоки и услуги. Иновациите в плащанията не само подобряват клиентското изживяване, те са наложителни за продължаващия растеж.⁴²

С прилагането на Втората директива за платежните услуги (PSD2) започна осъвременяване на изискванията, използвани от доставчиците на платежни услуги, за по-задълбочено установяване на идентичността на клиента. Целта е да се осигури на потребителите високо ниво на сигурност. След 14.09.2019 г. доставчиците на платежни услуги в страната трябва да осигуряват пълно прилагане на изискванията за задълбочено установяване на идентичността на платеца по отношение на всички платежни услуги, извършвани по електронен път. Изисква се използването на поне два независими елемента за идентификация при извършване на плащане от различни категории. Те следва да спадат към някоя от категориите знание (например, статична парола), притежание (например, еднократна парола изпратена с есемес или генерирана от токън устройство) или принадлежност (например, пръстов отпечатък). Изчерпателно са посочени случаите, при които е допустимо доставчикът на платежни услуги да не прилага процедура по задълбочено установяване на идентичността. Така, решенията за сигурност при извършване на разплащания се подобряват – SMS съобщенията могат да бъдат криптирани; ПИН-ът за финансови услуги може да се използва в допълнение към кода, използван за стартиране на мобилния телефон. Вече се прилагат възможностите на биометрията, като разпознаване на глас, на лица с камерата, включена в телефона, на пръстови отпечатъци и др., като се има предвид, че потребителите сменят апаратите си средно на всеки 2 години.

PayPal - Новите участници в платежната индустрия показват повече иновации от банките. PayPal например е създадена през 1998 г., като Илон Мъск е един от основателите ѝ, в отговор на необходимостта от плащания между физически лица при закупуване на предмети от неизвестен контрагент чрез сайтове за интернет търгове (internet auction sites), като eBay. Един от основните проблеми, които решава е, че повечето лица, които продават използвани предмети, не са регистрирани като търговци,

⁴² <https://money.bg/video/kakvo-e-otvoreno-bankirane-i-kakvo-e-prilozhenieto-mu-u-nas.html>

а купувачите не са склонни да изпращат чекове или да дават данни за своите сметки или номера на платежна карта на неизвестен контрагент или в интернет.⁴³

PayPal дава възможност за трансфер на пари онлайн и представлява електронна алтернатива на традиционните разплащания с чекове и банкови преводи. Компанията работи като процесор за плащане за онлайн доставчици, аукциони и много други търговци потребители, като за услугите си към бизнесите начислява такса. PayPal дава възможност за разплащания през дигиталния портфейл, чрез QR кодове, платежни карти и банкови сметки, както и къстамизирани за търговците решения за приемане на картови разплащания.⁴⁴

Чрез PayPal всеки, който притежава валиден имейл, може да превежда пари на друго физическо лице с имейл. Инициаторът на превода трябва първо да си отвори сметка в PayPal и да я захрани със средства. Сметката в PayPal може да бъде обезпечена чрез кредитна, дебитна карта или чрез сметка в банка. За да получи парите, получателят може да изиска чек от PayPal, да си отвори сметка в PayPal или да посочи банкова сметка за превод на сумата. В този смисъл PayPal представлява посредник, който улеснява електронната търговия по света, без да разкрива финансова информация при сделките. Потребители са частни лица, търговци, големи фирми и корпорации (за последните се отчитат такси при паричен трансфер, за останалите услугите са безплатни).

Малко след като PayPal става публична компания, тя е придобита от eBay през 2002 г. до 2014 г., когато eBay отделя PayPal в отделна публично търгувана компания. Повече от 70 процента от всички аукциони на eBay приемат плащания чрез PayPal и приблизително 1 от 4 затворени обяви за търгове са били извършени чрез PayPal. Така PayPal става стандартният метод за плащане, използван от повечето потребители на eBay и услугата се конкурира с дъщерното дружество на eBay Billpoint, както и с Citibank, PayPal на Yahoo! и Google Checkout. Само до 2010 г. PayPal има над 100 милиона активни потребителски акаунта в 190 пазара чрез 25 различни валути.

PayPal Here е услуга на компанията PayPal, с която мобилното устройство лесно и бързо може да се превърне в терминал за разплащане с кредитни и дебитни карти като в жака на телефона се включва външна приставка, която изпълнява функцията на четящ ПОС терминал за карти. Пусната е през 2010 г. и през 2012 г. този вид услуга се предлага за устройства с iOS и Android.

През 2013 г. PayPal придобива компанията Braintree - американски портал за плащане, което позволява по-нататъшно развитие на продукти и мобилни услуги. През 2015, PayPal стартира своята peer-to-peer платформа за плащане "PayPal.Me", услуга, която позволява на потребителите да изпращат персонализирана връзка за искане на средства чрез текст, имейл или други платформи за съобщения. PayPal.Me стартира в 18 държави, включително Съединените щати, Обединеното кралство, Германия, Австралия, Канада, Русия, Турция, Франция, Италия, Испания, Полша, Швеция, Белгия, Норвегия, Дания, Холандия, Австрия и Швейцария. PayPal има 170 милиона потребители към септември 2015 г. и фокусът на PayPal.Me беше да създаде първо мобилно потребителско изживяване, което позволява по-бързо споделяне на плащания от традиционните инструменти на PayPal. През 2018 г. PayPal купува платежия процесор iZettle, а през 2019 г. PayPal обявява партньорството си с Instagram като част

⁴³ [PayPal - Wikipedia](#)

⁴⁴ [A Simple and Safer Way to Pay and Get Paid | PayPal UK](#)

от новата функция за плащане на компанията, „Checkout on Instagram“. През 2021 г. PayPal стана първият чуждестранен оператор със 100% контрол върху платежна платформа в Китай, заемайки напреднала позиция на местния пазар за онлайн плащания.

4.7. Сигурност на платежните карти като платежен инструмент

Технологията на чип картите, комбинирана със секретен ПИН код („умни“ разплащателни карти) и платежни терминали и банкомати, които могат да ги приемат въз основа на техническия стандарт EMV, създаден от Europay, Mastercard, Visa, се разпространява по целия свят, по-малко в САЩ, което значително намалява злоупотребите и измамите с платежни карти в сравнение с инструменти като платежни карти, изискващи само с подпис за верификация и магнитна лента. Във всеки случай, потвърждението за подпис или ПИН може да се извършва само когато притежателят на картата физически присъства в обекта на търговеца на дребно в момента на покупката.

Разширяването на телефонните поръчки и търговията по интернет също изисква надеждни мерки за сигурност при трансакциите, тъй като тогава ползвателите не присъстват физически в обектите на търговците. Затова се въвеждат различни допълнителни кодове за сигурност, най-често срещаният от които е CVV2⁴⁵, обикновено наричан „код за сигурност“. Той е три- или четирицифрено число, най-често поставяно на обратната страна на картата. Той обаче не предлага защита в случай, че картата бъде открадната. Visa и Mastercard са разработили допълнителни процедури за сигурност, които се използват при плащания в интернет, като например Verified by Visa и SecureCode за Mastercard.

Освен това, за осигуряване на автентичността на притежателя на картата, издателите ѝ поддържат сложни системи за наблюдение на трансакциите, които гарантират откриване на необичайни дейности или поведение по дадена сметка и могат да предприемат съответните действия, за да спрат измамите възможно най-рано.

Съветът за стандарти за индустрията за разплащателни карти (The Payments Card Industry Standards Council), прегрупирайки основните брандове (Amex, Discover, JCB International, Mastercard, Visa), също е разработил изчерпателни изисквания за стандарт за защита на данните (PCI DSS). Те обхващат управлението на сигурността, процедури, политики, мрежова архитектура, софтуерна разработка, подкрепена от въпросници за цялостна самооценка. Всички емитенти, търговци и приобретатели трябва да докажат спазването на тези правила и се подлагат на обстойни конкретни оценки.

Друг съществен аспект от картовата сигурност е противодействието срещу прането на пари (AML⁴⁶) и борбата срещу финансирането на тероризма (CTF⁴⁷).

От 11 септември 2001 г. насам законодателството и регулацията за противодействие на тероризма и прането на пари наложи все по-големи ограничения и задължения на банките. Работната група за финансови действия за пране на пари (FATF⁴⁸) е създадена от срещата на върха на Г-7 още през 1989 г. и в нея участват 34 държави. Тя приема 40 препоръки срещу прането на пари, допълнени от 9 специални препоръки срещу

⁴⁵ От англ. *Card Verification Value 2 code*.

⁴⁶ От англ. *Anti Money Laundering*.

⁴⁷ От англ. *Counter-Terrorist Financing*.

⁴⁸ От англ. *Financial Action Task Force*.

финансирането на тероризма. Основният акцент е поставен върху задължения на клиентите (CDD⁴⁹), като забрана за поддържане на анонимни акаунти; проверка на самоличността на клиентите на дребно; проверка на бизнес целите и на идентичността на бенефициентите при корпоративно и кореспондентско банкиране, точна и съдържателна информация за инициатора на плащането при всички трансфери на средства през цялата верига на плащането. Записите трябва да се поддържат най-малко пет години. Финансовите институции трябва да съобщават за всякаква подозрителна дейност на клиент или финансова институция.

4.8. Дигитализация и дигитална трансформация

Понятията дигитализация и цифровизация все повече се налагат в литературата и практиката. В тях се влага сходно съдържание, а често се употребяват паралелно като синоними. Терминът дигитализация произхожда от английски език (*digital* означава „цифров“), което до голяма степен обяснява тяхната еднозначност. Има различни дефиниции на понятието дигитализация, но те са близки по смисъл и я определят като процес на конверсия на информацията от аналогов носител в дигитална форма (цифров носител) с помощта на електронни устройства.⁵⁰ Цифровизацията пък се схваща най-често като внедряване на съвременни цифрови технологии в различни сфери на производството (Орехов, 2020, с. 82-84; Министерство на икономиката и индустрията, 2017).⁵¹

Със сходно значение се употребяват и понятията цифрова трансформация и дигитална трансформация. Например, в правителствените стратегически документи Концепция за цифрова трансформация на българската индустрия и Цифрова трансформация в България за периода 2020-2030 г. се използва терминът цифрова трансформация, който се определя като „процес, характеризиращ се с повсеместно внедряване и комбиниране на цифрови технологии във всички сфери на обществения и стопански живот“ (Министерство на транспорта и съобщенията, 2020; Министерство на икономиката и индустрията, 2017). Паралелно се употребява и понятието дигитализация с идентично съдържание.

Някои автори обаче посочват съществени различия между разглежданите термини. Според тях цифровизацията се свежда по-скоро до кодиране и алгоритмизиране на процесите в предприятието и на технологиите, които да трансформират процесите така, че да повишат тяхната ефективност, производителност и рентабилност. Смята се, че цифровизацията не води непременно до цялостна трансформация (Catlin, 2018; Орехов, 2020, с. 83), докато дигитализацията се разглежда в широк смисъл и в нея се влага по-широко съдържание. Тя се схваща като цялостен процес на използване на дигиталната информация за оптимизиране на резултатите, генериране на печалба, намаляване на разходите и създаване на нов тип клиентски преживявания. За дигитализацията се говори и като за среда, интегрираща дигитални ресурси, услуги и специалисти с необходимите знания и умения.⁵² Дигитализацията все повече се разглежда и като социално явление, което има силата и капацитета да обхване всички обществени сфери и да промени качеството на живот на хората. При дигиталната трансформация става дума за коренна промяна, при която не само ще се автоматизират процесите и ще се

⁴⁹ От англ. *Customer Due Diligence*.

⁵⁰ <https://bg.wikipedia.org/wiki/>.

⁵¹ <https://center2m.ru/digitalization-technologies>.

⁵² <https://litmedia.wordpress.com/>.

въвеждат технологии в тях (цифровизация), не само ще се оптимизира производството, но това ще доведе до създаването на нови бизнес модели и връзки, осъществяване на нов тип бизнес.

Дигиталната трансформация засяга всички аспекти на организациите, изисква цялостно преосмисляне, стратегически, технологични и оперативни промени, както и нова организационна култура. Според М. Орехов „цифровизацията сама по себе си не е достатъчна за цялостната дигитална трансформация на бизнеса. При дигиталната трансформация се осъществява коренна трансформация на бизнеса и организационните дейности, процеси, компетенции и модели, за да бъде експлоатиран пълният потенциал на промените и възможностите на дигиталните технологии и да се ускори тяхното въздействие върху различни сегменти от обществото в стратегически аспект с цел постигане на промени в общественото съзнание в настоящ и в бъдещ план.” (Орехов, 2020, с. 84). В този смисъл, електронните разплащания са съществена част от дигиталната трансформация. Чрез въвеждане на иновативни платежни инструменти и услуги, процесът на дигитализация на малкия и средния бизнес ще доведе до значителни подобрения в българската икономика и ще повлияе чувствително върху качеството на живот на хората.

Особено важен е човешкият фактор на всички нива на дигиталната трансформация. От неговото включване чрез умения, култура, доверие, сътрудничество и приемане, зависи доколко дигиталната трансформация ще засегне обществото като цяло и ще се изгражда бъдеще, основано на иновациите. Важни са опитът и удовлетвореността на персонала, създадените партньорски взаимоотношения и ясно ориентираният подход към клиентите.

Подобно разбиране на понятията дигитализация и дигитална трансформация в много по-пълна степен окачествява икономическите процеси и явления, които протичат в момента на европейско и световно ниво. Тук тези понятия ще бъдат разгледани и характеризирани в техния широк смисъл, не само като технологичен процес в производството и търговията, а като обществени явления, водещи до качествена промяна както на обществения живот, така и на живота на отделния индивид. Дигиталната трансформация е постоянно протичащ процес. Тя е мащабно явление и обхваща многобройни процеси, технологии, взаимодействия, операции, интеграции, промени.

В контекста на изясняването на разликите между понятията цифровизация и дигитализация, трябва да се изтъкне и още един аргумент: технологичната еволюция и облачните технологии, големите данни, изкуственият интелект, мобилните плащания и т.н., са инструменти на дигиталната трансформация. Но превръщайки се в технологична реалност, те могат да бъдат разглеждани и като нейни фактори, тъй като дигиталната трансформация от своя страна има потенциала да промени редица обществени отношения, цели индустрии, стоки, пазарни сегменти, потребителски навици и потребителско търсене и в крайна сметка човешкото ежедневие. Това е изключително значим аспект на дигиталната трансформация като обществено явление. Тя предизвиква множество промени в обществото, както позитивни, така и негативни, към които адаптацията едва ли протича гладко и безпроблемно.

В световен и европейски план ефектът от приложението на цифровите технологии е изведен като стратегически приоритет.⁵³ Един от известните международни индекси за дигитализация – EDI⁵⁴ на Euler Hermes (2018), поставя България на 58-ма позиция в света от 115 държави по ниво на дигитализация на бизнеса.⁵⁵ Проучванията показват, че България има сериозни предпоставки за инвестиции в дигитални продукти. Тя попада сред страните с най-бърз интернет в света, разполага с висококвалифициран, макар и недостатъчен персонал в областта на ИКТ, както и с много аутсорсинг и местни ИТ компании, които са основа за значителни инвестиции в дигитализацията. Дигитализацията се очертава като следващият голям двигател на икономическия растеж на страната.

5. Правни основи на електронните разплащания

Платежните системи и механизмите за електронно разплащане, включително картовите, са предмет на подробна правна регламентация както на национално, така и на европейско ниво. Поради това е необходимо да бъдат разгледани накратко основните нормативни източници на вътрешната и европейската правна уредба, които са отражение на постиженията и проблемите в тази област и задават перспективите на развитие в бъдеще.

5.1. Национална правна уредба

Законът за платежните услуги и платежните системи (ЗПУПС)⁵⁶ е основният нормативен акт, който урежда извършването на платежните услуги в страната в съответствие с изискванията, въведени с изменението на европейското законодателство през 2015 г. (в сила от 2018 г.) с Директива 2015/2366 на Европейския парламент и на Съвета, известна като PSD2. ЗПУПС внася съществени промени в платежната инфраструктура и платежните услуги. С него се въвеждат нови услуги – по инициране на плащане и по предоставяне на информация по сметка, както и нови субекти в платежния процес – доставчици на услуги по предоставяне на информация по сметка.

Уредени са нови изисквания по отношение на сигурността на плащанията и отговорността за нарушението ѝ. Регламентират се платежните операции в рамките на ЕС във всички валути, както и при трансакции, при които една от страните е извън ЕС.

Наредба № 3 на БНБ от 18.04.2018 г. (ДВ, бр. 37 от 04.05.2018 г.) за условията и реда за откриване на платежни сметки, за изпълнение на платежни операции и за използване на платежни инструменти, регламентира особености в механизма на картовите плащания и изисквания, свързани с операциите с платежни карти.

Наредба № 16 на БНБ от 29.03.2018 г. (ДВ, бр. 32 от 2018 г.) за издаване на лицензи и одобрения, за вписване в регистъра по чл. 19 от ЗПУПС и за изискванията към дейността на операторите на платежни системи с окончателност на сетълмента въвежда нови изисквания по отношение на лицензирането на платежните институции и ДЕП

⁵³ Digital Economy and Society Index 2020 (DESI) Questions and answers, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_20_1022; Доклад относно цифровизацията на европейската промишленост, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0183_BG.html.

⁵⁴ На англ. *Enabling Digitalization Index*.

⁵⁵ Индексът измерва условията за дигитализация на бизнеса, а не недействителна дигитализация.

⁵⁶ ДВ бр. 20 от 06.03.2018 г.

като застраховка или друга сравнима гаранция, увеличава се индивидуалният размер за участие на банките в гаранционния механизъм на БОРИКА като системен оператор за картови разплащания и др.

5.2. Право на Европейския съюз

5.2.1. Директива 2007/64/ЕО – PSD1

След приемане на общата европейска валута през 2002 г. редът за използване на платежните инструменти остава различен в отделните държави-членки. Това пречи на обединението на финансовите пазари, които остават фрагментирани, както и на паричния обмен между бизнеса в Еврозоната. Поради това ЕЦБ и ЕК, с активното участие на банките, започват усилена работа по хармонизиране на условията за използване на платежните инструменти. Дава се старт на проекта SEPA – Единна европейска платежна зона. През 2007 г. се приема Директива 2007/64/ЕО⁵⁷, която е решаващ елемент от проекта. Тя цели да направи трансграничните плащания в ЕС (кредитни преводи, директни дебити и картови плащания) сигурни и ефикасни както вътрешните плащания в отделните държави-членки. Тази директива установява концепцията за платежните институции като лицензирани доставчици на платежни услуги на територията на общността, които да работят при по-облекчен надзорен режим в сравнение с банките. Това дава възможност на пазара да се появят нови доставчици на платежни услуги, които не са банкови институции, и да се засили конкуренцията. Определят се правата и задълженията на потребителите и на доставчиците, повишава се правната сигурност на плащанията.

Единната европейска платежна зона SEPA е единна и неутрална система за плащане в евро и има за цел да се даде възможност на всеки европейски потребител да използва едни и същи платежни инструменти за плащания в евро при едни и същи условия. Това означава да се създадат връзки между отделните платежни системи, които да могат да извършват плащания, идващи от цяла Европа, и платежните инфраструктури да станат оперативно съвместими. По този начин се създава ефективно функциониращ вътреобщностен пазар за платежни услуги, гарантира се свободното движение на капитали и финансови средства на територията на общността. Осигурява се благоприятна среда за уеднаквяване на условията и реда за реализиране на трансакции и предлагане на услуги, лесен достъп на потребителите до модерни, бързи и сигурни платежни решения. Оздравява се конкурентната среда за развитие и достъп до платежните системи в ЕС и елиминиране на нелоялната конкуренция.

В този контекст PSD въвежда нова категория доставчици на платежни услуги „платежни институции“ и единен лиценз за всички доставчици на платежни услуги. Определя реда и условията за регистрация на платежните институции; реда на лицензиране, промяна и прекъсване на дейността им; набора от предоставяните услуги, разрешени на платежните институции, както и използването на представители, клонове и подизпълнители и др.⁵⁸

⁵⁷ Директива 2007/64/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 13 ноември 2007 г. относно платежните услуги във вътрешния пазар, за изменение на директиви 97/7/ЕО, 2002/65/ЕО, 2005/60/ЕО и 2006/48/ЕО и за отмяна на Директива 97/5/ЕО.

⁵⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:02007L0064-20091207&from=EN/>.

Всички участници, предлагащи платежни услуги, са наречени с общия термин „доставчици на платежни услуги” (PSP⁵⁹), а техните клиенти са определени като „потребители на платежни услуги” (PSU⁶⁰). PSD отваря вратите за предоставяне на платежни услуги от небанкови институции, като тяхна самостоятелна дейност или дейност, извършвана заедно с основната. Например, мобилните телефонни оператори, бидейки доставчици на платежни услуги, лицензирани като платежни институции, ще бъдат подложени на много по-леки капиталови изисквания и регулаторен надзор отколкото кредитните институции. Както можеше да се очаква, това положение среща голяма съпротива от банковия сектор. Надзорът на тези платежни институции се оставя на преценката на всяка държава-членка и те могат предлагат своите услуги в целия ЕС, ако са разрешени от една държава-членка.

PSD обхваща всички вътрешни и международни плащания в рамките на ЕС във всички валути на ЕС, включително плащания във валута. Чековете са изключени от обхвата ѝ. Плащанията трябва да бъдат извършени в работния ден, следващ деня на получаване на платежното нареждане от PSP, известен като D+1. Страните обаче могат да се споразумяват за D+3 до 2012 г.

Директивата изисква доставчиците на платежни услуги да съобщават на клиента условията, при които се приема неговото нареждане, времето за изпълнение и разбивка на таксите, включително обменни ставки и комисиони, когато е приложимо. Пълната сума трябва да бъде получена от бенефициента, освен ако между доставчиците на услуги и бенефициента не е договорено таксите да бъдат начислявани отделно. В осемседмичен срок клиентите могат да предявят искане за възстановяване на суми, ако оторизираното плащане е изпълнено неправилно, или, в случай на директни дебити, дебитираната сума надвишава сумата, която плащащият е наредил да се плати.

Още с Директива 2000/46/ЕО⁶¹ се прави опит да се регулира достъпът до европейския пазар на електронните пари като нов тип платежни услуги. Издателите на електронни пари биват приравнени на кредитните институции и са обект на лицензиране и надзор. Но неефективността на някои разпоредби относно издаването на електронни пари налага изменение с Директива 2009/110/ЕО, съгласно което на национално ниво трябва да се регламентира легално определение за електронни пари, независимо дали те се намират в платежно устройство на държателя на електронните пари или на сървър, като се управляват от него чрез сметка за електронни пари. Освен това, институциите за електронни пари престават да се третират като кредитни институции. С Директива 2009/110/ЕО се въвеждат нови правила за осчетоводяване на електронните пари и на адекватен надзор при използването им.

5.2.2. Директива EU 2015/2366 – PSD2

Директива EU 2015/2366, известна като PSD2 и приета от Европейския парламент през 2015 г., ревизира Директивата за платежните услуги от 2007 г. (PSD) и внася съществени промени в областта на плащанията в Европа. Този европейски акт е предложен още през 2013 г. от Европейската комисия с основна цел да създаде равнопоставеност чрез стандартизиране, интегриране и подобряване на ефикасността на плащанията в ЕС, по-добра защита на потребителя и насърчаване на иновациите в

⁵⁹ От англ. *Payment Service Provider*.

⁶⁰ От англ. *Payment Service User*.

⁶¹ Директива 2009/110/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 септември 2009 г. относно предприемането, упражняването и пруденциалния надзор на дейността на институциите за електронни пари и за изменение на директиви 2005/60/ЕО и 2006/48/ЕО, и за отмяна на Директива 2000/46/ЕО.

сферата на плащанията. Чрез него се осигурява внедряване и яснота при употребата на новите методи на плащане, като мобилни и онлайн плащания, регламентират се новите и развиващите се платежни услуги. Създава се равнопоставеност за предоставящите разплащателни услуги, като се дава възможност нови компании да навлязат в сферата. С приемането на PSD2 през 2015 г. се дава срок от 2 години на страните-членки, за да въведат промените в своите национални закони.

PSD2 цели иновативност на пазара, като предоставя възможност за навлизане на нови участници в него. Новите играчи са два вида: PISP⁶² – доставчици на услуги за извършване на плащания и AISP⁶³ – доставчици за услуги за проверяване и разглеждане на сметки. Те също подлежат на лицензиране, но ще променят пазара в сегашния му вид, като тази промяна се определя като революционна. С навлизането на новите доставчици могат да се извършват плащания и даден потребител може да наблюдава своите сметки в различни банкови институции в рамките на един портал в интернет.⁶⁴ Приложението на PSD2 изисква инвестиции от страна на банките за привеждането на дейността им в съответствие с директивата. Това води до намаляване на приходите и чувствително увеличаване на конкуренцията в банковия сектор.

По-важните нови аспекти от регламентацията на PSD2, относими към електронните плащания, са:

- Практикуваната процедура преди влизане в сила на PSD2 при онлайн разплащанията предполага подаване на данните на купувача към сайта на търговеца, който впоследствие получава парите от банковата сметка на купувача през няколко посредници. С въвеждането на PSD2, след разрешение от клиента за използване на банковите му данни, търговците получават плащане директно от банката на клиента, без посредници. Директната връзка между търговеца и банките е възможна чрез приложен програмен интерфейс (API⁶⁵), който позволява иновативни компании да се свързват директно с финансови институции.
- До прилагането на PSD2 клиентите, които имат сметки в различни банки, се налагаше да влизат в уебсайта на всяка от банките поотделно, за да извършват плащания. С PSD2 се въвежда доставчик на услуги (AISP), който позволява на клиентите да виждат цялата информация от всички банки в един портал. Това означава, че не е задължително новите доставчици да са банки и те могат да обединяват информация за сметките на един потребител на едно място и да придобият задълбочена информация за него. Това предлага благоприятни възможности за кръстосани продажби за тези нови доставчици.
- Въвежда се и се регулира присъствието на пазара на два вида доставчици на плащане от трета страна (TPPs): инициращи плащания доставчици на услуги (PISP) и доставчици на услуги, поддържащи сметката (AISP).
- PSD2 гарантира и безусловно право на възстановяване на средства по директни дебити според схемата SEPA Core, стабилна система за идентифициране на потребителя, забрана на допълнителното таксуване за плащания с карта, както и по-

⁶² От англ. *Payment Initiation Service Provider*.

⁶³ От англ. *Account Information Service Provider*.

⁶⁴ Димитър Попов, старши мениджър консултантски услуги в Делойт, в предаването „В развитие“. <https://www.bloombergtv.bg/v-razvitie/2018-01-31/kak-direktivata-za-platezhni-uslugi-shite-promeni-bankoviya-sektor>.

⁶⁵ От англ. *Application Programming Interface*.

добра защита на потребителя срещу измама, с ограничение на възможни плащания до 50 евро при неототоризирано плащане.

- Услугата за предоставяне на информация по сметка се въвежда като самостоятелна услуга.

PSD2 поставя на преден план няколко **основни предизвикателства**.

Първото предизвикателство е свързано с предоставяне на електронни пълномощни от потребителите, за да може банката да даде достъп на трети лица до техните данни. Тук е необходимо предприемане на редица стъпки с оглед на издаване, съхраняване и проверка на валидността на пълномощните от финансовите институции. Клиентът трябва да може и да управлява и да спира приложенията от интерфейса, който банката предоставя.

Второто предизвикателство е свързано с публичния регистър, в който банките и третите страни трябва да се регистрират. Европейската банкова асоциация вече е създавала подобен регистър, но данните в него засега имат единствено информативен характер, без да се гарантира легитимността на съответната организация.

Особено важен е и въпросът за сигурността и защитата на потребителите. PSD2 поставя строги изисквания по отношение на сигурното идентифициране на клиента, извършващ съответната трансакция. Очаква се обаче след влизането в сила на директивата и интегрирането на външни приложения в банките да се появят нови видове атаки, което ще наложи създаване на още по-действени гаранции срещу измами.

Според експерти, регулациите във финансовата сфера предстоят да бъдат наложени и в много други области. Създаването на PSD2 е следствие от инициативата за отворени данни на Европейската комисия и се очаква тя да се разпространи и в други сфери, като държавния сектор, който вече е засегнат от промените, сектора за комунални услуги и др.

Друго съществено предизвикателство се крие в реакцията на потребителите на новите технологични доставчици и как тези нови играчи на пазара за платежни услуги ще отговорят на очакванията на потребителите и на европейските регулаторни органи. В същото време, тези нови участници трябва да осигурят въвеждането на най-високо ниво на сигурност, тъй като те имат достъп до банковите сметки на клиентите и техните плащания.⁶⁶

Не на последно място, сред предизвикателствата са и прогнозите доколко революционно ще бъде променен пазарът с навлизането на новите участници, дали традиционните банки могат да бъдат застрашени и как те ще намерят своята бъдеща роля в нововъзникващата отворена банкова система.

Някои **прогнози** в това отношение се откриват в проучванията на Делойт „Европейска Директива за платежни услуги (PSD2) – Гласът на банките (VoB)“ и „Европейска Директива за платежни услуги (PSD2) за региона на Централна и Източна Европа (ЦИЕ) – Гласът на потребителите (VoC)“. Те показват, че банките в Централна и Източна Европа са по-малко агресивни в своите стратегии по отношение на PSD2,

⁶⁶ PSD2 Directive and trend of API Banking (<https://www.linkedin.com/pulse/psd2-directive-trend-api-banking-siva-dorai>); 5 Things You Need To Know About PSD2 – Payment Services Directive (<https://www.sepaforcorporates.com/single-euro-payments-area/5-things-need-know-psd2-payment-services-directive/>); Explaining PSD2 without TLAs is tough! (<https://www.starlingbank.com/blog/explaining-psd2-without-tlas-tough/>).

отколкото тези от Западна Европа. От ЦИЕ се обособяват две групи банки. В първата са т.нар. банки „PSD2 претенденти“ – големи, международни и утвърдени банки, готови за предизвикателствата от въвеждането на PSD2. Значителна част от тях следват стратегия, основана на сътрудничество, включващо трети страни и целяща увеличаване на пазарен дял. Втората група са т.нар. „минималисти“, обикновено средни по размер и по-малки участници, които предпочитат защитен подход, ограничен до привеждане на дейността си в съответствие с директивата, или все още не са формулирали своята стратегия.

Резултатите от изследването показват също, че PSD2 се очаква да окаже най-голямо въздействие върху банкирането на дребно и банкирането на малки и средни предприятия, като банките идентифицират услугите, свързани с разплащания и потребителското кредитиране като ключови възможности. Много банки от Централна и Източна Европа обмислят сътрудничество с технологични компании във финансовия сектор (FinTechs).

Друг важен извод е, че новите дигитални играчи (Fintech играчи) са оценени като голяма потенциална заплаха и банките в ЦИЕ като цяло са доста разтревожени от нововъведенията. Изненадващо е, че големите технологични компании, като Google и Amazon, все още не се възприемат като основни конкуренти, въпреки доказаните им способности да предизвикат големи промени на пазара на разплащателни услуги. Изследването разкрива и неравномерно регионално развитие на дигиталните канали за банкиране. В Румъния и България този дял остава под 20%, докато в по-развитите дигитални пазари, представени от Полша, Унгария, Словакия и Чехия, този дял вече достига 70%.

Въпреки мащабното навлизане на интернет и мобилните услуги, почти 1/5 от клиентите на банките в ЦИЕ (над 11 млн. души) използват банковите клонове или интернет банкирането. Те предпочитат да извършват всички банкови операции онлайн и през мобилни телефони, но са обслужвани от банкови клонове или чрез интернет банкиране. Част от услугите на банките все още не са дигитализирани, или не се поддържат от приложенията за мобилно банкиране. Поради затворената и силно регламентирана същност на банковата система, банковите услуги останаха встрани от иновативните дигитални предложения от компаниите в сектора на електронната търговия и финансовите технологични компании (FinTech). Много от ключовите банкови процеси и услуги все още не са дигитализирани или не са онлайн достъпни за потребителите.⁶⁷ Този сегмент потребители е сериозно поле за активност на новите играчи на пазара за платежни услуги.

Според проучването на Делойт, решаващо значение за успеха на PSD2 и по-нататъшното развитие на пазара на разплащанията има приемането от страна на потребителите на новите услуги и тяхната готовност за споделяне на финансова информация за собствените си сметки с други субекти. Независимо от факта, че 26% от клиентите на банки в ЦИЕ посочват, че биха били съгласни да споделят информация за клиентската си сметка с друга банка в замяна на нови онлайн услуги, средната информираност на потребителите за отвореното банкиране и ползите от него остава ниска във всички страни от ЦИЕ. Очевидно е, че, за да се възползват от пазарните възможности, съгласно PSD2 новите участници ще трябва да инвестират в по-широка обществена информираност за ползите от техните дигитални предложения.

⁶⁷ <https://www2.deloitte.com/bg/bg/pages/finance/articles/deloitte-european-psd2-surveys.html>.

Други основни предизвикателства, според проучването, са и все още не напълно изградената регулаторна рамка, липсата на яснота за преходния период и единни стандарти за приложен програмен интерфейс (API), както и новите взаимоотношения между банките и трети страни. Не на последно място е необходимостта от намиране на правилния баланс между спазването на изискванията за сигурност и информираност и обучение на потребителите.⁶⁸

Въвеждането на PSD2 на пазара се очаква да бъде дългосрочен процес с постепенни и неотменими последствия. Според проучването, най-силното въздействие върху пазара ще се усети след една до три години от влизане в сила на Директивата.⁶⁹

5.2.3. Други европейски актове, свързани с прилагане на Директива EU 2015/2366 – PSD2 и електронните разплащания

- *Делегиран регламент 2018/389 на ЕК* с приложение от 14.09.2019 г. С него се допълва PSD2 в частта, свързана със стандартите за установяване на идентичността на клиента. Той задължава доставчиците на платежни услуги да прилагат процедура за задълбочено установяване на идентичността на клиента, да установяват сигурни отворени стандарти за комуникация между доставчиците на услуги, обслужващи сметка и предоставящи информация по сметка и инициране на плащане, и лицата, извършващи плащане и получателите. Съгласно този регламент, доставчиците на платежни услуги са задължени да създадат интерфейси за достъп от други доставчици.
- *Делегиран регламент 2017/2055 на ЕК* в сила от 01.12.2017 г. С него се допълва PSD2 по отношение на форматите, които използва всяка държава-членка за идентифициране на платежните институции и стандарти за обмен на информация, както и уточнения относно дейността на платежна институция, лицензирана в Република България на територията на друга държава-членка и обратно.
- *Насоки на ЕБА/GL/2017/08 и ЕБА/GL/2017/09* с приложение от 13.01.2018 г. Те се отнасят за информацията, която се предоставя при лицензиране на платежни институции и ДЕП и за регистрация на доставчиците на някои видове услуги. Сред тях са данни относно програми и бизнес планове, организационна структура, начален капитал, мерки за сигурност и контрол и др.
- *Насоки на ЕБА/GL/2017/10; ЕБА/GL/2017/13; ЕБА/GL/2017/17; ЕБА/GL/2018/05;* с приложение от 13.01.2018 г. Те надграждат различни аспекти на сигурността, като докладване на значими инциденти, измами, разглеждане на жалби срещу предполагаеми нарушения, установяване на мерки за сигурност по отношение на операционните рискове и др.
- *Регламенти 2018/32, 2018/33, 2018/3.* Те допълват Директива 2014/92/ЕС и определят различни видове технически стандарти относно такси, прехвърляне и

⁶⁸ Проучвания на Делойт „Европейска Директива за платежни услуги (PSD2) (<https://www2.deloitte.com/bg/bg/pages/finance/articles/deloitte-european-psd2-surveys.html>). Проучванията са проведени през януари 2018 г. сред 24 банки от Западна Европа и 66 банки от Централна и Източна Европа, използвайки детайлно онлайн проучване и лични интервюта. За повече информация проучванията на Делойт са на <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ce/Documents/financial-services/ce-deloitte-european-psd2-voice-of-banks-survey-2018.pdf> и <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ce/Documents/financial-services/ce-psd2-voice-of-the-customer-survey-2018.pdf>.

⁶⁹ <https://www2.deloitte.com/bg/bg/pages/finance/articles/deloitte-european-psd2-surveys.html>.

достъп до платежни сметки, както и единна терминология относно платежните услуги с цел защита на потребителя.

- *Регламенти на ЕП и на Съвета, свързани с платежните услуги* – ЕС 2015/751 относно таксите по картовите платежни операции; ЕС 2012/260, установяващ изисквания за кредитни преводи и директни дебити в евро; 2009/924 относно трансгранични плащания в ЕС; 2015/847 относно информацията, придружаваща паричните преводи.

6. Европейски плащания и SEPA

Хармонизирането на платежните практики в еврозоната се разглежда като следващата логична стъпка на поредицата: Общ Пазар, Единен пазар, Валутен съюз и въвеждане на евро. Плащанията в Европа преминаха през дълбока трансформация след края на 90-те години на XX век, когато първите 12 страни се присъединиха към еврото. А през 2008 г. настъпи революционната промяна от гледна точка на бизнеса с появата на единната зона за плащания в евро SEPA. SEPA е инициирана от Европейската комисия (ЕК) и Европейската централна банка (ЕЦБ) в рамките на визията на Лисабон за систематично укрепване на Единния пазар и еврото като валута.

6.1. SEPA

Фрагментираната европейска картина на плащанията, където всяка страна поддържа собствени национални схеми за плащане, стандарти, практики, инфраструктура и законодателство, е пречка в развитието на Единния пазар. Още през 90-те години на XX век излиза наяве проблемът с високите такси, наложени от банките при прехвърляне на средства между различните държави-членки. Проведени са редица проучвания, които разкриват продължителни срокове за изпълнение на плащанията, както и високи такси, наложени от изпращащите и приемащите банки, в резултат на което бенефициентът най-често не получава пълна първоначално преведената сума. Банките не предприеха мерки за задоволително решаване на тези проблеми, вследствие на което през 2001 г. Европейският парламент прие Регламент 2560/2001, който налага максимални срокове за изпълнение на трансграничните плащания в евро и забрана на банките да налагат по-високи такси, отколкото за вътрешни плащания, включително електронни преводи в рамките на 12 500 до 50 000 евро и при теглене на пари от банкомат. В отговор банките създадоха Европейския съвет за плащания (EPC⁷⁰) като орган за вземане на решения, чиято цел е да подпомогне и насърчи създаването на единна зона за плащания в евро SEPA.

SEPA се прилага за всички плащания в евро в рамките на ЕС и от всички доставчици на платежни услуги, които се придържат към схемите на SEPA. Това наложи правна хармонизация с оглед на използването на стандартизирани схеми от страните-членки. След продължителни дискусии, през 2007 г. Европейският парламент прие директивата за платежните услуги PSD, която трябваше да бъде транспонирана в националните законодателства най-късно до ноември 2009 г. и да се прилага за всички плащания в рамките на ЕС, включително за валути извън еврото, като британски лири или шведски крони. Съществуващите национални схеми обаче не можеха да бъдат лесно променени, тъй като не са оперативно съвместими със схемите на SEPA и продължиха да се

⁷⁰ От англ. *European Payments Council*.

прилагат паралелно с тях. Продължителният период на тяхното съвместно съществуване генерира несигурност.

SEPA официално стартира на 28.01.2008 г. със схемите за кредитни преводи (SCT⁷¹) и картовата рамка (SCF⁷²), а по-късно се включи и системата SEPA директни дебити (SDD⁷³). Участниците в тях са: платец (дебитор); получател на плащането (кредитор); доставчиците на платежни услуги и банки на получателя и на платеща; системи за клиринг и сетълмент. Сега всеки месец през SEPA минават над 2 млрд. кредитни преводи и директни дебити.⁷⁴

SEPA картова рамка (SCF)

През 2005 г. Европейският платежен съвет публикува обща рамка за оперативна съвместимост на системите за картово разплащане SEPA Cards Framework (SCF). Тя определя основните принципи и техническите условия, които дават възможност на картодържателите да използват платежните си карти във всяка платежна система. Издателите на платежни карти трябва да могат да бъдат членове на всяка система, получила лиценз за съвместимост от SEPA. Освен това се хармонизират тарифите, свързани с платежни карти, независимо от географската зона, в която се използват. Европейският платежен съвет разглежда три възможности за развитие на картовите платежни системи. Първият вариант е замяна на националните платежни системи с международните картови схеми Visa и Mastercard. Вторият вариант е създаване на партньорства със съществуващи картови системи или разширяване на дейността на национални картови платежни системи в други държави-членки. Третият вариант е съществуване на няколко платежни системи едновременно с общо наименование и споразумение за оперативна съвместимост. Целта е да се стимулира конкуренцията и да се намалят разходите при използване на електронни платежни инструменти. Освен това се очаква навлизане на нови небанкови участници на пазара на картовия бизнес в качеството им на картоиздатели, съгласно PSD и PSD2, когато са получили съответен лиценз за това.

ЕЦБ е поддръжник на развитието на европейски картови платежни системи, подобни на Visa и Mastercard в САЩ, China Union Pay в Китай, JBC в Япония. Отсъствието на такива би довело до опасност от загуба на влияние от страна на европейските банки в управлението на риска при картовите плащания, както и ограничаване на конкуренцията. Работи се по три инициативи за създаване на допълнителна европейска картова система: Euro Alliance of Payment Schemes (EAPS), Monnet, PayFair.

Проектът за картова платежна система SEPA в България е координиран от БНБ за осъществяване на европейската интеграция в сферата на малките плащания: стандартизиран паневропейски кредитен превод, директен дебит, картови разплащания и инфраструктурна рамка за обработка на операциите. От момента на присъединяване на България към Европейския съюз, БНБ е част от Европейската система на централни банки, а с бъдещото членство в Икономическия и паричен съюз ще бъде и част от Евросистемата. Това предопределя развитието на националната ни платежна система в контекста на интеграцията ѝ с европейските инфраструктури.

⁷¹ От англ. *SEPA Credit Transfer*.

⁷² От англ. *SEPA Cards Framework*.

⁷³ От англ. *SEPA Direct Debit*.

⁷⁴ cb.europa.eu/press/pr/date/2014/html/pr140801.bg.html.

Идентифицирани са и редица проблемни области, които оказват влияние в развитието на картовите платежни системи в Европа. Трансграничните картови плащания представляват едва 3.5-4% от обема на платежните операции в общността. В същото време ЕЦБ продължава да поддържа идеите за създаване на собствени платежни карти, тъй като стратегическият контрол върху платежните системи има важно политическо значение. Страните с важно икономическо присъствие на международното поле имат собствени схеми за картови плащания (в САЩ са Visa и Mastercard, в Япония – JVC, в Китай – China Union Pay, Русия и Индия също усилено работят по този въпрос). Платежните системи събират и управляват голямо количество данни и информация и могат да бъдат използвани за различни, включително престъпни цели. Освен това европейските банки могат да загубят контрол при управлението на системните рискове при картовите плащания. Затова усилията са насочени към създаване на една или повече европейски схеми за картови разплащания, които да функционират в конкуренция с наложилите се вече на европейско ниво Visa Europe и Mastercard. Европейските доставчици на електронни услуги не могат да разчитат единствено на ценообразуването и стратегиите на Visa и Mastercard, а искат да имат собствена инфраструктура за платежни карти. Затова се работи усилено в посока на създаване на паневропейска картова платежна система. Ползите от нова европейска картова схема са в няколко посоки: ефективност и ниски нива на таксите, повишаване на конкуренцията между картовите схеми и банките, възможност за управление на картовия платежен процес и мониторинг на риска (Касабова, 2012, с. 49-50). Освен това се разработват рамки и схеми за електронни плащания (иницииране на плащания при онлайн търговци) и плащания чрез мобилни устройства, телефони (М-плащания) въз основа на основните схеми.

SEPA директни дебити (SDD)

В SDD механизмът на плащане в схемата се изразява в следното:

Платецът дава съгласие за директен дебит на получателя, което не е необходимо да бъде одобрено от доставчик на платежни услуги. Получателят изпраща на платеца уведомление за директен дебит най-малко 14 календарни дни преди датата на плащане и чрез обслужващата го банка инициира SEPA плащане чрез нареждане за директен дебит. В същото време банката на получателя в срок не по-рано от 14 календарни дни преди датата на плащане подава искането за директен дебит към банката на платеца чрез системите за клиринг и сетълмент. В датата на падежа банката на платеца задължава (дебитира), а банката на получателя заверява (кредитира) сметките на платеца и получателя с дължимата сума. Ако датата на падежа е неработен ден в съответната държава, задължаването или заверяването на сметките се извършва на следващия работен ден.

Схемата за директни дебити има две разновидности – основна (потребители могат да бъдат и физически лица) и SDD B2B⁷⁵ (участниците са само бизнес субекти).

SEPA кредитен превод (SCT)

При SCT датата на плащане е договорена между страните, или получателят уведомява платеца за дължимата сума. Платецът издава платежно нареждане и го насочва към

⁷⁵ От англ. *SEPA Direct Debit Business-to-Business*.

обслужващата банка, която проверява дали са налице условията за плащане и подава нареждането към системата за клиринг и сетълмент, а впоследствие, към банката на получателя. Последната заверява (кредитира) сметката на получателя и му предоставя изискуемата информация. Тук трябва да се посочи и новата схема от ноември 2017 г. на Европейския платежен съвет SEPA Instant Payment за незабавни плащания в евро. Тя стартира със 17 участника от 8 страни. Чрез нея плащанията се извършват за по-малко от 10 секунди, 24 часа в денонощието и целогодишно без почивен ден. Максималната сума за трансакция е 15 000 евро. Очаква се тази система на плащане да придобие широко разпространение, особено при навлизане на платежния пазар на нови доставчици на платежни услуги, които предоставят услугата „иницииране на плащане“, като по този начин се изостря конкуренцията с картовите плащания.

SCT и SDD заменят съществуващите фрагментирани национални схеми. Те са дефинирани в Правила, които определят стандартите, практиките, правата и задълженията между участниците в схемата. Схемите са приели XML стандарта UNIFI (ISO 20022), BIC за идентифициране на банките, и Международен номер на банковата сметка (IBAN), съставен от кода на държавата и контролна цифра, следван от номера на националната банкова сметка, включително код за пренасочване (sorting or routing code).

В България SEPA е приложима чрез системите БИСЕРА7-EUR и БОРИКА БАНКСЕРВИЗ АД, чрез които се обработват SEPA преводи и се осигурява оперативна съвместимост със SEPA-Clearer, Equens и Euro ELIXIR. Това позволява взаимен обмен на SEPA кредитни преводи между банковите общности на България и други страни от ЕС.⁷⁶

Чрез SEPA се постига обединение на фрагментираната инфраструктура за обработка на плащания с ниски стойности с многообразието от платежни инструменти в рамките на общността. Единната зона за плащания в евро SEPA спомага всички плащания в еврозоната да се превърнат във вътрешни, със степени на сигурност и ефективност, съпоставими с тези на най-развитата национална платежна система. Всички икономически субекти, включително потребителите и търговците, имат възможност да инициират и получават плащания в евро при еднакви условия, права и задължения, независимо от своето местонахождение на територията на ЕС. Това има голямо значение не само за еврозоната, но и за отделните платежни и сетълмент системи на страните-членки, както и за ефективното функциониране на местния бизнес. Целта е плащанията между страните, участнички в SEPA, да бъдат евтини и сигурни, подобно на местните разплащания. Трябва да се отбележи, че SEPA е отворена не само за държавите-членки, а за всички страни извън ЕС, които са се присъединили към нея – Исландия, Норвегия, Швейцария и др.

Система като SEPA има редица предимства: националните и международни разплащания се извършват в една система; позволява свободно движение на хора и финансови средства без да натоварва финансово потребителите; осигурява прозрачност, леснота на трансферите, по-ниски трансферни цени и ясно ценообразуване, посредством обща схема за таксуване на преводите.

За разлика от разплащанията през SEPA, банките, опериращи чрез SWIFT, комуникират посредством електронни съобщения. Банката, нареждаща превода, изпраща съобщение

⁷⁶ Развитие на проекта SEPA на национално ниво, <https://www2.deloitte.com/bg/bg/pages/finance/articles/deloitte-european-psd2-surveys.html>.

на банката получател, с което описва сумата и протоколните детайли, обуславящи превода. При SWIFT системата банките се намират в мрежа от малки групи, най-вече по географско местоположение. Комуникацията е от група в група и изключително рядко на ниво директно изпращач – получател. Затова всяка банка има банка кореспондент в някоя от групите, която от своя страна препраща превода. Понякога се случва един превод да премине през няколко кореспондентски банки, което в крайна сметка удължава времето и увеличава цената му (всеки допълнителен кореспондент таксува извършената услуга). Времето за пристигане на превода обикновено е от 1 до 3 работни дни. Разходите и таксите при тази система се калкулират чрез два компонента, определяни от обслужваща банка – твърда такса за SWIFT съобщение и комисиона върху превежданата сума. В България тези два компонента варират според ценовите тарифи на банките: за SWIFT такса – от 10 до 25 евро; а за банкови комисиони – от 0.07% до 0.4% върху превежданата сума.

6.2. TARGET2 и RTGS системата

В условията на паричен съюз и въвеждане на еврото, още през януари 1999 г. се констатира необходимостта от общоевропейска RTGS система за изпълнение на европейската парична политика и за извършване на плащания на високи стойностни нива.

Първата стъпка в това отношение е поставена от ЕЦБ с внедряване на TARGET (трансевропейски автоматизиран експресен трансфер на брутен сетълмент в реално време) за свързване на националните RTGS системи. Проблемите на системата са идентифицирани по отношение на нивата на обслужване, оперативните изисквания и ценообразуването на услугата. В крайна сметка, потребителският интерфейс зависи от националната RTGS система, към която се свързва всяка банка.

През ноември 2007 г. стартира TARGET2 въз основа на Единна споделена платформа (SSP), осигуряваща хармонизирано ниво на обслужване на еднаква цена, стандартизиран интерфейс с достъп през SWIFT мрежата (Y-копие), използвайки SWIFT съобщения. TARGET2 може да се разглежда като първата осезаема стъпка към SEPA. Едно от основните предизвикателства е изграждането на връзката на над 50 спомагателни системи, които функционират чрез TARGET: клирингови къщи (ACH), национални и международни системи за сетълмент на ценни книжа (CLS) и т.н. Разработването и експлоатацията са поверени на Banca d'Italia, Banque de France и Deutsche Bundesbank.

Банките имат достъп до TARGET2 като преки или косвени участници. TARGET2 предлага незадължителен модул за вътрешно счетоводство на централните банки за някои основни платежни услуги без поддържане на местни акаунти, които могат да бъдат скъпи за управление. Системата обработва кредитни преводи и директни дебити с три нива на приоритети:

- високо спешни нива (HU⁷⁷), запазени за плащания между централните банки, и между централните банки и търговските банки за изпълнението на паричната политика, както и системните плащания за сетълмент на спомагателни системи, които се уреждат брутно приоритетно;

⁷⁷ От англ. *Highly Urgent*.

- спешни (U⁷⁸) плащания, които също се уреждат брутно и приоритетно;
- нормални (N⁷⁹) плащания, които се уреждат при спасяване на ликвидност чрез процедури.

TARGET2 е хибридна платежна система, включваща модерни способности за оптимизиране на ликвидността:

- Участниците могат да посочат най-ранните и последни дебитни времена; това е особено полезно, когато плащанията са подложени на ограничение във времето за уреждане на къси позиции при ценни книжа.
- Резервациите за ликвидност могат да бъдат зададени както за високо спешни нива, така и за спешни плащания за сетълмент на спомагателни системи.
- Всеки участник може да зададе двустранно ограничение за дадено лице или банка и/или многостранно ограничение спрямо група от банки.
- Извършва се прихващане на нормални плащания, при което приоритетността може да бъде нарушена, ако едновременното уреждане на плащане, което ще бъде изпратено и плащането, което трябва да бъде получено, доведе до увеличение на ликвидност, при спазване на времеви и лимитни ограничения.

През 2016 г. над 1700 банки използват TARGET2 за извършване на трансакции в евро – от собствено име или от името на своите клиенти. Ако се смятат клоновете и дъщерните дружества, чрез TARGET2 може да се достигне до над 55 000 банки в целия свят (и до техните клиенти). Системата обработва над 90% от плащанията в евро, като размерът на трансакциите за 6 дни се равнява на БВП в еврозоната. През 2016 г. 1076 участници са извършили плащания през системата, в сравнение със 747 плащания през 2008 г.⁸⁰

Въвеждането на TARGET2 и SEPA е началото на дългосрочно ориентирана стратегия за повишаване на интегрираността на финансовите пазари в Европа и съкращаване на разходите за всички участници чрез използване на общи европейски стандарти и системи за плащания. С оглед на бъдещото присъединяване на България към Европейския паричен съюз, TARGET2 и SEPA предопределят развитието на платежните инфраструктури в страната. Благодарение на SEPA, гражданите и икономическите субекти могат да извършват и получават плащания в евро в рамките на ЕС при еднакви основни условия, права и задължения, независимо от тяхното местоположение.

6.3. Други европейски платежни системи

EBA CLEARING е банков доставчик на паневропейски решения за инфраструктура на разплащанията. Основана е през юни 1998 г. от 52 банки. Компанията слага началото на клиринга на евро, като започва да оперира системата EURO1. От 2000 г. EBA CLEARING обслужва услугата за еднократно плащане STEP1 на платформата EURO1, която обработва търговски евро трансакции главно за средни и по-малки банки. От април 2003 г. EBA CLEARING управлява платформата STEP2, паневропейска

⁷⁸ От англ. *Urgent*.

⁷⁹ От англ. *Normal*.

⁸⁰ <https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/target2.bg.html>.

автоматизирана клирингова къща за масови плащания в евро, която от януари 2008 г. предлага услуги SEPA.

През март 2013 г. EBA CLEARING пусна MyBank – решение за електронно упълномощаване за онлайн плащания и други онлайн трансакции, насочено към улесняване на растежа на електронната търговия в цяла Европа. MyBank позволява на клиентите да плащат за онлайн покупки в цяла Европа, като използват познатия им интерфейс за онлайн банкиране. Днес MyBank се притежава и управлява от PRETA SAS, дъщерно дружество на EBA CLEARING.

EBA CLEARING управлява платежните услуги EURO1, STEP1, STEP2 и RT1. EURO1 и STEP2 са класифицирани като системно важни платежни системи (SIPS⁸¹) от Европейската централна банка.

Системата EURO1 е единствената система за плащания с голяма стойност в частния сектор за единични еднодневни трансакции в евро на общоевропейско ниво. Системата EURO1 обработва трансакции с висок приоритет и спешност и предимно на големи суми, както на вътрешно, така и на трансгранично ниво. Това е система за отложен нетен сетълмент (DNS) за същия ден на единични плащания. Операцията е възложена на подизпълнител на SWIFT. Съобщенията се предават през SWIFT с помощта на функцията Y-coru. Многостранните нетни баланси се актуализират след всяко плащане, но EURO1 не работи като централен контрагент. Вместо това, нарочно създадена правна структура, валидирана от всяка страна на ЕС, гарантира, че всеки участник има еднократно задължение (в случай на отрицателен баланс) или еднократно вземане (в случай на положителен баланс) спрямо всички останали участници. Това означава, че всяко плащане е неотменимо и окончателно, след като бъде извършено. Системата обработва кредитни преводи и директни дебити. Днес системата наброява 43 банки участници и обработва средно над 200 000 плащания на ден със средна обща стойност около 200 млрд. евро. Услугата отчита близо 8000 BIC на участника с около 15 000 допълнителни BIC, достъпни чрез участниците EURO1/STEP1, както са изброени в указателя EURO1/STEP1. Системата EURO1 трябва да премине към стандарта ISO 20022 за плащания с висока стойност през ноември 2022 г., в съответствие с TARGET2.⁸²

Системата RT1. Паневропейската платформа за плащане в реално време RT1 стартира през ноември 2017 г. и обработва незабавни плащания в евро, в съответствие със схемата за незабавни преводи на SEPA на Европейския платежен съвет.

Системата е обработила над половин милион трансакции през първите три месеца от своята дейност. На 19 февруари 2018 г. системата премина 500 000 трансакции. RT1 стартира на 20 ноември 2017 г. на датата на стартиране на схемата за незабавно прехвърляне на кредити (SCT Inst) на SEPA на Европейския платежен съвет. Над 95% от трансакциите се обработват за по-малко от 3 секунди и за 2018 г. достига 500 000 трансакции.

Три месеца след пускането в действие, паневропейската платформа обработва над 10 000 плащания в реално време в евро на ден.⁸³

⁸¹ От англ. *Systemically Important Payment Systems*.

⁸² <https://www.ebaclearing.eu/services/euro1/overview/>.

⁸³ <https://www.ebaclearing.eu/news-and-events/media/press-releases/21-february-2018-eba-clearing-s-instant-payment-system-rt1-hits-500-000-transaction-mark/>.

Системата STEP1 стартира през 2000 г. и дава възможност на банки, които не са достигнали критериите за допускане на капитал и кредитен рейтинг на EURO1, да отговорят на изискванията на Регламент 2560/2001. STEP1 е еднодневна услуга за еднократно плащане и обработка платежни нареждания на дребно и банкови преводи, свързани с такива търговски трансакции.

Банките уреждат ежедневните си салда чрез избрана от тях банка EURO1, която действа като тяхна сетълмент банка, осигуряваща ликвидност спрямо потенциалното нетно салдо и извършва сетълмента от тяхно име (непряко участие с пряко свързване). Системата е ограничена до плащания, които не биха предизвикали системен риск: минималният лимит е 2 млн. евро, а максималният – 50 млн. евро.⁸⁴

Системата STEP2 стартира за големи плащания в евро през 2003 г. в рамките на CREDEURO схемата (до 50 000) в подготовка за SEPA. Разработките, експлоатацията и работата се възлагат на подизпълнители на Италианския инфраструктурен оператор SIA SSB. STEP2 е паневропейска автоматизирана клирингова къща, обработваща масови плащания в евро. Платформата е един от ключовите механизми за клиринг и сетълмент в Единната зона за плащания в евро (SEPA), както по отношение на обемите на обработка, така и на участващите институции.

STEP2 се смята за първият PE-ACH⁸⁵ с над 3000 преки и косвени участници, както и споразумения за оперативна съвместимост с 15 инфраструктури в 12 държави. Днес платформата STEP2 разширява обхвата на SEPA до над 4800 финансови институции чрез своите услуги. SEPA и е една от ключовите евро системи за масови плащания в Европа. През април 2015 г. стартира специална услуга STEP2 за изчистване на инициирани с карти трансакции.⁸⁶

6.4. Въздействие на SEPA върху бизнеса и оперативната дейност

С въвеждането на SEPA се поставя началото на края на установения ред за плащания, тъй като редица стари парадигми са отхвърлени и конкуренцията се увеличава на всички нива.

Корпоративните и търговските клиенти вече няма да се нуждаят от задържане на сметки в банка в страната, в която трябва да извършат плащанията. Общоевропейската стандартизация, въведена от схемите на SEPA, им позволява да изпращат и получават плащания в евро, независимо дали са вътрешни или трансгранични, и всеки доставчик на платежни услуги в ЕС използва едни и същи схеми. Това предлага максимално изгодни условия за протичане на търговските взаимоотношения.

Премахнат е монополът на банките върху плащанията, след като след ноември 2009 г. Директивата за платежните услуги (PSD) даде възможност на небанковите платежни институции за влизане на пазара на плащанията.

Освен това банките няма да бъдат принуждавани да използват национален клиринг и сетълмент, тъй като стандартизацията и достъпността позволяват на ACH да предлагат клирингови услуги извън конкретната страна. С това започва консолидацията в тази област.

⁸⁴ <https://www.ebaclearing.eu/services/step1/how-does-step1-work/>.

⁸⁵ От англ. *Pan-European Automated Clearing House*.

⁸⁶ <https://www.ebaclearing.eu/about-eba-clearing/at-a-glance/the-company/>.

По отношение на банките се очаква намаляване на приходите от платежни услуги, в резултат от общоевропейска конкуренция. До влизане в сила на PSD, таксите и моделите за рентабилност варираха в различните страни, както и в националните банки, в зависимост от инструмента, клиента (корпоративен или търговия на дребно), времето за изпълнение, практиките за датиране на стойността и лихвените проценти. След влизане в сила на директивите PSD и PSD2, приходите на банките намаляват в резултат от премахването на стойността на датиране, по-кратките срокове за изпълнение и трансграничната конкуренция.

Наред с това са необходими допълнителни инвестиции за внедряване на ISO 20022 XML стандартите и постигане на съответствие със схемите и рамката на SEPA и с PSD.

Банките реагираха бавно, като мнозинството прие предпазен минимум по отношение на спазването на изискванията преди пускането на SCT (кредитни услуги) през януари 2008 г. Само малка част от банките възприе SEPA като основна стратегическа възможност за разширяване на географското покритие и печеленето на пазарен дял чрез разработване на услуги с добавена стойност, като конверсия от старата схема към новата. Внедряването на SDD (дебитни услуги) през ноември 2009 г. принуди повечето банки да вземат решения и да стартират проекти за тяхното изпълнение.

Банки, които нямат критична маса или извършват плащания като необходим страничен продукт вследствие на приемането на депозити или кредитните услуги, макар и да продължат да предлагат платежни услуги под собствен бранд, се очаква да възлагат обработката на платежни операции на аутсорсинг на по-големи институции или специализирани доставчици на услуги.

По отношение на големите корпорации, SEPA им позволява да съсредоточат процесите на плащане и дейностите по събиране на дълговете си в споделени сервизни центрове и да постигнат икономия, тъй като вътрешните и трансграничните плащания могат да бъдат изпратени и получени на една и съща платформа. Още преди SEPA някои големи корпорации са аутсорсвали обработката на плащанията, като събиране и изравняване на задължения и вземания, и тази тенденция вероятно ще се засили.

Възможността за извършване и получаване на трансгранични плащания от един доставчик на услуги кара повечето корпорации да реструктурират банковите си сметки и да концентрират всички платежни дейности в един или двама доставчици на услуги, без да е необходимо те да бъдат непременно финансови институции, които поддържат кредитни отношения. Това обаче може да увеличи риска.

Поддържаните сметки за трансакции с налични пари или чекове намаляват, особено ако корпорациите предприемат проактивни стъпки за премахване на чековите плащания в полза на по-ефективни инструменти. В допълнение, тази концентрация улеснява баланса и оптимизацията на ликвидността за по-ефективно управление на оборотните средства.

Всички фактури трябва да посочват IBAN и BIC на сметката, по която трябва да се извърши плащането. Корпорациите също трябва да променят приложенията си, за да отговарят на форматите и XML стандартите по схемите на SEPA.

Банките, предлагащи корпоративни интернет портали за малкия бизнес, без съмнение също предприемат необходимите модификации.

Средните предприятия са най-изложени на риск, тъй като доставчиците на техния финансов софтуер могат да не притежават ресурси за въвеждане на промените.

В PSD се посочва, че някои от разпоредбите, свързани с прозрачността на условията и изискванията за информация относно таксите, изпълнението, времето и възстановяванията, могат да бъдат отменени или изменяни по взаимно съгласие с корпоративните клиенти. Държавите-членки обаче могат да изберат да предлагат на микро предприятията същата защита в качеството им на потребители. В резултат от транспонирането на PSD в националното законодателство, на корпорациите може да се наложи да предоговарят клаузи със своя доставчик на платежни услуги.

По отношение на публичния сектор, който представлява 47% от БВП на ЕС и около 20% от обема на плащанията, приемането на SEPA схеми е от съществено значение за постигане на необходимата критична маса преди съществуващите национални схеми да бъдат премахнати.

Най-много от SEPA ще се възползват потребителите, тъй като за тях инвестицията е минимална. Банките адаптират порталите за интернет банкиране, така че търговията на дребно и трансграничните плащания да могат да се извършват от една сметка. Новите дебитни карти се приемат в цялата зона на SEPA.

Търговците могат да приемат дебитни карти от всички картодържатели в зоната SEPA и да договарят най-конкурентните условия в и извън тяхната държава. Разходите за трансакция и обработка намаляват, тъй като те вече няма да бъдат принуждавани да приемат пари в брой или кредитни карти, които налагат по-висока търговска такса от чуждестранни клиенти, и се прилагат общи процедури за обезщетение и изключения. Големите търговци, по-специално тези с търговски обекти в няколко страни, и тези, които предлагат пазаруване онлайн, се възползват най-много.

Издаването на карти е по-слабо засегнато, с изключение на преиздаването на съвместими с SCF и карти на брандове, но придобиването им ще става все по-конкурентоспособно поради нововъзникващи картодържатели в ЕС и развитието на виртуалните карти и други електронни платежни инструменти.

7. Роля на платежните системи в икономиката

Ролята на платежните системи е да *централизират разплащателните операции* между банките и да улеснят взаимното уреждане на задълженията помежду им. Със създаването на тези системи се цели минимизиране на времето за обработка на междубанкови плащания и пропуснатите ползи, поради неначислени лихви; сигурност и ефективност на платежния процес; възможност за информация и проследяване на паричните преводи, с оглед на оптимизиране на ликвидността на банките. С появата на електронните платежни системи през втората половина на XX век, практиката на поддържане на кореспондентски сметки между банките до голяма степен отпадна. Платежните системи дават възможност за централизиране на изплащането на пасивите и намаляване на разходите за обработка чрез икономия от мащаба.

Ролята на платежните системи е да *гарантират конвертируемостта на пасивите* на търговските банки, т.е. парите на търговските банки, включващи се в балансите (или кредитните линии) на клиентите, които те държат в своите банкови сметки. В съвременните платежни системи търговските банки използват своята сметка за сетълмент в централната банка, за да гарантират окончателност.

Платежната система *замества всички междубанкови сетълменти* с един сетълмент в пари на централната банка. Ефикасният паричен пазар е незаменим за безпроблемното функциониране на платежните системи. Той дава възможност на банките да

финансират позициите си за сетълмент в края на деня в системата DNS и за достъп до ликвидност в рамките на деня в RTGS системите. Централизацията на операциите по сетълмент и клиринг допринася за ценообразуването на парите на вътрешния пазар (лихвен процент) и на валутите на международния пазар (валутен курс).

Основна роля на платежната система е *да уеднакви пазара*. Това беше наблюдавано при въвеждането на еврото и висококачествените RTGS на TARGET системи. В рамките на няколко месеца, лихвените проценти в еврозоната се сближиха, с изключение на малки разлики поради различните кредитни рейтинги на страните. ЕЦБ успя да изпълни ефективно своята парична политика чрез ефективна платежна система.

Ефективната платежна система изпълнява всички отредени ѝ предназначения и е основа за формиране на правилна и ефикасна парична политика. **Ефективността на платежната система** обикновено се измерва с три критерия: време за изпълнение, риск и цена (Rambru, Nacamull, 2008, p. 20).

Времето за изпълнение на плащането се определя като вид разход за клиентите, тъй като през този период те нямат достъп до паричните средства, предмет на плащането. Рискът може да се изчисли количествено като цена на процедурата за управлението му. Разходи се начисляват не само за обработка и инфраструктура, но и за ликвидност, лихвени такси и др.

Трите критерия са взаимозависими и се вземат предвид при крайния избор на параметрите на платежната система. Например, рискът може да се минимизира, но с цената на обезпечение. Търговците на дребно, работещи с големи обеми на базата на конкуренция, е по-добре да зависят от транзакционните разходи и да се откажат от използването на инструменти с високи такси за обработка и експлоатационни разходи, понеже това може да намали драстично печалбата им. Всеки участник във веригата се ръководи от свои собствени критерии за избор.

Клиентите на дребно или физическите лица са също по-чувствителни към транзакционните разходи, отколкото към намаляване на времето за изпълнение, освен при необходимост от спешно прехвърляне на финансови средства. Разходите за управление на риска са скрити за тях. Малките и средните предприятия (МСП) са най-чувствителни към разходите и времето за изпълнение, докато големите корпорации се интересуват повече от ускоряване на времето за изпълнение, отколкото от транзакционните разходи.

Търговските банки са най-чувствителни към рентабилността на плащането – максимизиране на приходите и намаляване на общите разходи. Те включват такси за клиринг и сетълмент, инвестиции в инфраструктура и операции, както и разходите за ликвидност и обезпечение, отразяващи управлението на риска. Някои банки са специализирани в платежните услуги, в участието в системи за клиринг и сетълмент в няколко страни с оглед на ускоряване на времената за изпълнение. Те също така непрекъснато оптимизират процеси и усъвършенстват своите технологии за подобряване на STP и IT управлението.

Централните банки се занимават основно с минимизиране на риска, особено на системния риск, който може да дестабилизира цялата финансова система. Те носят отговорност за надзора върху платежните системи и за насърчаване на технологичните иновации за минимизиране и плавно намаляване на управление на ликвидността. Те също се нуждаят от ефективни платежни системи като инструмент за осъществяване на своята парична политика.

Ефективността на платежната система зависи и от фактори като:

- масовост на плащанията – използването ѝ да бъде лесно и удобно за потребителите, да позволява безпрепятствен достъп и да извършва платежни услуги на възможно най-много потребители;
- сигурност – да защитава и гарантира финансовите средства на потребителите и търговците при всички извършвани платежни операции;
- гъвкавост – да поддържа възможности за различни плащания и оптимален набор от платежни инструменти, за да реагира адекватно на изискванията на паричния пазар;

надеждност – да е основана на иновациите и високите технологични решения с оглед на интегриране с други системи и намаляване на срывовете и грешките.

Изводи

1. Развитието на платежните системи следва разнообразието, промените и усъвършенстването на платежните инструменти, развитието на технологиите и готовността на субектите да ги използват в ежедневната търговска и банкова дейност. То зависи от степента на организираност на държавата и обществото и на нейния икономически потенциал и предприемаческата и финансова култура, както и от степента на сигурност на плащанията.
2. Дигитализацията и революционното развитие на технологиите през последните десетилетия позволи изграждането на съвременни системи за безналични плащания, основани на окончателност на плащанията и отличаващи се с бързина, гъвкавост, сигурност и възможност за ефективно управление на ликвидността – системите за брутен сетълмент в реално време (RTGS). По този начин се задълбочиха процесите на концентрация и централизация в платежния процес.
3. В рамките на ЕС този процес се разгърна в широки граници, като от гледна точка на бизнеса настъпи революционна промяна с появата на единната зона за плащания в евро SEPA и TARGET2 – основа на Единна споделена платформа (SSP), осигуряваща хармонизирано ниво на обслужване на еднаква цена, стандартизиран интерфейс. Чрез SEPA се постига обединение на фрагментираната инфраструктура за обработка на плащания с ниска стойност и многообразието от платежни инструменти в рамките на общността. SEPA спомага всички плащания в еврозоната да се превърнат във вътрешни, със степени на сигурност и ефективност, съпоставими с тези на най-развитата национална платежна система.
4. Въвеждането на TARGET2 и SEPA е началото на дългосрочно ориентирана стратегия за повишаване на интегрираността на финансовите пазари в Европа и съкращаване на разходите за всички участници чрез използване на общи европейски стандарти и системи за плащания.
5. С европейските директиви PSD и PSD2 е въведено понятието платежни услуги като дейности, свързани с внасяне и теглене на пари, обслужване на платежна сметка, издаване на платежни инструменти, картови операции и др. С европейската директива PSD2 се въвеждат нови платежни услуги – по инициране на плащане и по предоставяне на информация за сметка.
6. Появиха се нови субекти в платежния процес – доставчици на платежни услуги – нефинансови институции, fintech компании, дружества за електронни пари, мобилни оператори и др., които прекъснаха монопола на банките в тази област и

създадоха условия за засилване на конкуренцията в сектора и намаляване на разходите в платежния процес.

7. Бурното развитие на технологиите направи възможно въвеждането и използването на разнообразни съвременни електронни платежни инструменти, като разнообразни видове картови продукти, интернет банкиране и електронни пари. Сериозно е навлизането на иновационните технологии за картови плащания, като виртуални платежни карти, безконтактно плащане с мобилен телефон, разработване и внедряване на иновативни платформи и системи за електронни плащания.
8. Платежните карти се утвърждават като предпочитан платежен инструмент. От гледна точка на клиента, те са евтини и удобни за ползване и са много по-малко ефективни като източник на кредит. За търговците на дребно те са изгодни поради намалените разходи за обработка и икономии от мащаба, понеже обикновено се възлагат на външни изпълнители или споделени центрове за обслужване на големи обеми. Те са рентабилен платежен инструмент и за банките и издателите на карти, като печалбите са главно от обмен на валути, приходи от лихви за револвиращи кредитни карти и целеви маркетинг на услуги с добавена стойност.
9. Дебитните карти са масово разпространени, защото осигуряват незабавен достъп до собствените парични средства. Те са платежен инструмент за ежедневно плащане и използването им е бързо, удобно и лесно. Те са в основата на модерното банкиране на дребно.
10. Директивата PSD2 оказва най-голямо въздействие върху банкирането на дребно и банкирането на малки и средни предприятия, като банките идентифицират услугите, свързани с разплащания, и потребителското кредитиране като ключови възможности.
11. Единната зона за плащания в евро SEPA спомага всички плащания в еврозоната да се превърнат във вътрешни, със степени на сигурност и ефективност, съпоставими с тези на най-развитата национална платежна система. Всички икономически субекти, включително потребителите и търговците, имат възможност да инициират и получават плащания в евро при еднакви условия, права и задължения, независимо от своето местонахождение на територията на ЕС. Това има голямо значение не само за еврозоната, но и за отделните платежни и сетълмент системи на страните-членки, както и за ефективното функциониране на местния бизнес.
12. От SEPA най-много се възползват потребителите, тъй като за тях инвестицията е минимална. Търговците могат да приемат дебитни карти от всички картодържатели в зоната SEPA и да договарят най-конкурентни условия в и извън тяхната държава. Разходите за трансакция и обработка намаляват. Големите търговци, по-специално тези с търговски обекти в няколко страни, и тези, които предлагат пазаруване онлайн, се възползват най-много.
13. Дигиталната трансформация представлява цялостен процес на използване на дигиталната информация за оптимизиране на резултатите, генериране на печалба, намаляване на разходите и създаване на нов тип клиентски преживявания. За дигитализацията се говори и като за среда, интегрираща дигитални ресурси, услуги и специалисти с необходимите знания и умения.

Дигитализацията се разглежда и като социално явление, което има силата и капацитета да обхване всички обществени сфери и да промени качеството на живот

на хората. Тя предизвиква коренна промяна, която води до създаване на нови бизнес модели и връзки, осъществяване на нов тип бизнес.

Дигиталната трансформация е постоянно протичащ процес, мащабно явление, което засяга всички аспекти на организациите, изисква цялостно преосмисляне, стратегически, технологични и оперативни промени, както и нова организационна култура.

Дигиталната трансформация има потенциала да промени редица обществени отношения, цели индустрии, стоки, пазарни сегменти, потребителски навици и потребителско търсене и в крайна сметка човешкото ежедневие, да предизвика множество промени в обществото.

14. Електронните разплащания са съществена част от дигиталната трансформация. Въвеждането на иновативни платежни инструменти и услуги в процеса на дигитализация на малкия и средния бизнес ще доведе до значителни подобрения в българската икономика и ще повлияе чувствително върху качеството на живот на хората.

ГЛАВА ВТОРА. УСЛОВИЯ ЗА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

1. Същност на малките и средните предприятия в България

Малкият и средният бизнес играе все по-важна роля в икономическия и социалния живот. Малките и средните предприятия (МСП) функционират предимно на национално равнище, тъй като малка част от тях осъществяват трансгранична стопанска дейност.

В академичната литература има консенсус относно голямата значимост на МСП. Те са най-разпространения вид предприятия и дават възможности за развитие на предприемаческите умения. Особено се акцентира върху антимонополната им функция. Устойчивите позиции на МСП поддържат оптимални пропорции в националните икономики и противодействат на тенденцията към монополизация на пазара, присъща на едрия бизнес. Те способстват за развитие на конкурентното начало в икономиката и понижаването на цените. Развитието на сектора на МСП се сочи като основен фактор за възвръщане на икономиката в регионите, намиращи се в състояние на депресия. С помощта на МСП се катализират иновациите в глобалната икономиката, поради по-гъвкавите способности за реагиране на пазарните изисквания.

МСП създават и запълват пазара с широк спектър от продукти, чрез които се извършва диференциация и индивидуализация на потребителското търсене и повишаване на качеството на продукцията. Предприемаческата инициатива е ориентирана към потребителя и се стреми да запълни пазарните ниши. Тя допринася за намаляване на безработицата, като използва труда на социално уязвимите слоеве от населението (Парашкевова, 2008, с. 1-3).

В повечето случаи микро- и малките предприятия са първа фаза на развитието и разрастването на бизнеса, който достига до големи предприятия. Затова е особено важно да се наблюдава и анализира задълбочено тяхното възникване и развитие и да се създават условия, които да облекчават и стимулират тяхната дейност. Експанзията на дигитализацията във всички сфери на обществения живот е един от съвременните мощни инструменти за растеж на малкия бизнес и превръщането му в едър.

Наред с това МСП имат съществен принос за цялостния растеж на местните икономики – увеличаване на данъчната основа, създаване на работни места, стимулиране на местното производство, както и развитие на електронната търговия.

Микропредприятията, малките и средните предприятия са двигателят на европейската икономика. Те са движеща сила на създаването на работни места и на икономическия растеж, и осигуряват социална стабилност.

Съгласно европейската дефиниция (Препоръка 2003/361/ЕО на Комисията⁸⁷), МСП се разделят в 3 категории: микро-, малки и средни предприятия.

Микропредприятия са тези, в които работят по-малко от 10 души и чиито годишен оборот или общ годишен баланс не надвишава 2 млн. евро.

⁸⁷ Препоръка 2003/361/ЕО на Комисията, публикувана в Официален вестник на Европейския съюз (ОВ L 124, 20.5.2003 г., стр. 36); Official Journal of the European Union, L 124/36, 20 May 2003).

Малки предприятия са тези, в които работят по-малко от 50 души и чиито общ годишен оборот или годишен баланс не надвишава 10 млн. евро.

Средни предприятия са тези, в които работят по-малко от 250 души и имат общ годишен оборот, който не надвишава 50 млн. евро, или общ годишен баланс, който не надвишава 43 млн. евро (чл. 2 от Препоръката).

Съгласно Препоръката на ЕК, МСП може да бъде:

- самостоятелно предприятие – напълно независимо, т.е. няма участие в други предприятия, или притежава дялово участие, по-малко от 25% от капитала или правата на глас в едно или повече други предприятия, и/или ако външни лица притежават не повече от 25% от капитала или правата на глас в предприятието; или то не е свързано с друго предприятие чрез физическо лице (чл. 3, параграф 1).
- предприятие партньор – притежава дял, равен на или по-голям от 25% от капитала или от правата на глас в друго предприятие, и/или другото предприятие притежава дял, равен на или по-голям от 25% от предприятието; предприятието не е свързано с друго предприятие (чл. 3, параграф 2).
- свързано предприятие – притежава мнозинството от правата на глас на акционерите или съдружниците в друго предприятие; има правото да назначава или освобождава мнозинството от административните, управленските или контролните органи на друго предприятие; между предприятията съществува договор, или в учредителния акт или в устава на едно от тях съществува разпоредба, даваща право на едното да упражнява господстващо влияние върху другото; по силата на договор едно предприятие може да упражнява едноличен контрол върху мнозинството от броя на гласовете на акционерите или на съдружниците на другото (чл. 3, параграф 3).

Тъй като европейските изисквания са препоръчителни за държавите-членки, българската дефиниция за МСП следва европейската и е регламентирана в Закона за малките и средните предприятия (ЗМСП). Съгласно този закон, средни са предприятията със средносписъчен брой на персонала, по-малък от 250 души, и годишен оборот, който не превишава 97 500 000 лв., и/или стойност на активите, която не превишава 84 000 000 лв.

Законът определя като малки предприятия тези с брой на персонала, по-малък от 50 души, и годишен оборот, не по-голям от 19 500 000 лв., и/или стойност на активите под 19 500 000 лв.

Предприятията с персонал, по-малък от 10 души и годишен оборот, който не превишава 3 900 000 лв., съответно стойност на активите под 3 900 000 лв., са определени като микропредприятия (чл. 3, ал. 1-3 от ЗМСП).

Според дефиницията на Евростат, броят на дефинираните предприятия варира според дейността им. Въпреки това основните класификации, които се използват за представяне на резултатите от тяхната дейност са:

- микропредприятия – с по-малко от 10 човека персонал;
- малки предприятия – с 10-49 човека персонал;
- средни предприятия – с 50-249 човека персонал;
- малки и средни предприятия (МСП) – с 1-249 човека персонал;

- големи предприятия – с 250 или повече човека персонал.

В ЕС МСП са малко над 25 млн. и представляват 99.8% от всички предприятия в нефинансовия сектор на съюза. Те осигуряват 66.6% от заетостта в този сектор и 56.4% от добавената му стойност.⁸⁸

По данни от проучването на Mastercard за МСП в Централна и Източна Европа (Mastercard SME Monitor)⁸⁹ от юли 2018 г., българският МСП сектор е съставен най-вече от търговски предприятия (28.2%), което е малко над тенденцията в ЦИЕ (25%), следвани от хотелски и ресторантьорски бизнес (14.1%) и услуги (12.2%). Участието на други отрасли е незначително, за разлика от общата тенденция в ЦИЕ, където МСП са фокусирани основно върху търговия на дребно, услуги (16.5%) и производство (11.8%).

По данни на Министерство на икономиката от юли 2019 г., в България МСП са 337 100 броя, от които 309 050 са микропредприятия. Заетите са 1 487 305 души, или 75.4% от всички заети. МСП генерира 65.2% дял от добавената стойност от икономиката на страната.⁹⁰

2. Регулаторна рамка и политики за развитие на малките и средните предприятия

2.1. Европейски регулации и политики

Законодателството на ЕС създава множество политики и регулации по отношение на МСП. Още с Договора за функциониране на Европейския съюз (ДФЕС) предмет на регулиране са области като данъчното им облагане (чл. 110-113) и конкуренцията (чл. 101-109). Директивата относно услугите на вътрешния пазар (Директива 2006/123/ЕО) визира създаване на по-голяма финансова сигурност на МСП, особено в областта на просрочените плащания. В тази посока са и Директивата за е-фактуриране, предоставяща на е-фактурите равен статут с хартиените, Директивата за счетоводството (Директива 2013/34/ЕИО), както и Планът за действие за улесняване достъпа на МСП до финансиране (СОМ (2011) 0870), чрез който се цели да се улесни достъпът им до финансиране и до пазарите на рисков капитал.

Относно дефиницията за МСП, трябва да бъде посочена Препоръка 2003/361/ЕО на Комисията и Директива 78/660/ЕИО на Съвета от 25 юли 1978 г.⁹¹ и др.

Със Законодателния акт за малкия бизнес в Европа⁹² се създава нова политическа рамка, която да интегрира съществуващите инструменти за развитие на малкия бизнес и повдига въпросите за съкращаване на процедурите, намаляване на бюрокрацията и постигане на по-голяма отзивчивост от публичната администрация по отношение на

⁸⁸ European Commission, Annual Report on European SMEs 2018/2019, November 2019; Eurostat, National Statistical Offices, DIW Econ; Технически доклад, включващ задълбочен анализ на МСП в България и предварителни препоръки за насоките на действие на новата стратегия, https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/sme/analiz_d4_mashinen_prevod.pdf.

⁸⁹ Изследваните страни са: България, Хърватия, Чехия, Гърция, Унгария, Полша, Румъния, Словакия, Сърбия и Украйна. Проучването е проведено през юни-август 2018 г. сред национални представителни извадки от 200 МСП във всяка страна в съответствие с държавния регистър на индустриалните отрасли, регионите и данните за приемане на платежни карти. Проучването има декларативен характер (базира се на отговори от собственици на МСП и лица, отговорни за вземането на финансови решения).

⁹⁰ <https://www.strategy.bg/Publications/View.aspx?lang=bg-BG&categoryId=&Id=285&y=&m=&d=>.

⁹¹ ОВ L 124, 20.05.2003, р. 36; ОВ L 222, 14.08.1978, р. 11.

⁹² IP/08/1003 Brussels, 25th June 2008 (SBA) (COM(2008)0394).

нуждите му. Акцент в модернизирването на европейската политика по отношение на МСП е облекчаването на административната тежест в областта на обществените поръчки и достъпа на МСП до финансиране, изграждането на мрежи в ЕС за подпомагането им в областта на общите услуги и подкрепата за иновации и научни изследвания.⁹³ Стратегията на ЕК за МСП се изгражда върху три основни стълба: изграждане на капацитет и подкрепа за преход към устойчиво развитие и дигитализация; намаляване на регулаторната тежест и подобряване на достъпа до пазари; и подобряване на достъпа до финансиране.

Значими европейски актове, засягащи МСП, са Съобщението на Комисията със заглавие „За Акт за единния пазар за изграждане на високо конкурентна социална пазарна икономика“⁹⁴ и Актът за единния пазар II⁹⁵. Те посочват необходимостта от непрекъснато подобряване на рамковите условия за дружествата на единния пазар. На МСП са предоставени облекчения в много области, като конкуренция, данъчно облагане и дружествено право. Политиката на ЕС създава облекчения за МСП относно отпускане на държавни помощи, като отчита трудностите, които възникват в тази област. През 2014 г. Комисията прие преразгледания текст на Общия регламент за групово освобождаване за държавна помощ,⁹⁶ с който се предоставя възможност на държавите-членки да отпускат държавна помощ на МСП без предварително нотифициране и одобрение от Комисията, при спазване на определени условия. Въз основа на този регламент, МСП могат да получават публична подкрепа в размер до 7.5 млн. евро.

Научните изследвания и иновациите са от съществено значение за устойчивото развитие и растеж на МСП в ЕС. В тази насока е Програмата „Хоризонт 2020“ – 2014-2020 г.⁹⁷ МСП са насърчавани да участват посредством нов „специфичен за МСП инструмент“ с цел да се запълнят празнотите във финансирането на ранен етап при високорисковите изследователски и иновационни дейности.

С Регламент (ЕС) № 1287/2013 на Европейския парламент и на Съвета е приета Програма за конкурентоспособност на предприятията и малките и средните предприятия (COSME) 2014-2020 г.⁹⁸ Тя предвижда подобряване на достъпа до финансиране за МСП под формата на капиталови и дългови инструменти, на достъпа до пазари чрез Европейската мрежа на предприятията („Enterprise Europe Network“), на конкурентоспособността и насърчаване на предприемачеството чрез развитие на предприемачески умения и нагласи, особено сред начинаещите предприемачи, младите хора и жените. Очаква се програмата да помага на 39 000 дружества годишно, да се

⁹³ В областта на общите услуги – „Европейска мрежа на предприятията“ („Enterprise Europe Network“); „Мрежа за решаване на проблеми в рамките на вътрешния пазар“ („SOLVIT“); „Вашата Европа-Бизнес“ („Your Europe-Business“); „МСП и околната среда“; и „Контрол на химичните вещества: национални бюра (REACH) за подпомагане на МСП“. В областта на иновациите – „Център за съдействие по всички въпроси от областта на правата върху интелектуалната собственост“ (IPR HelpDesk); електронен портал „Techweb“, предназначен за МСП; „Център за съдействие относно правата върху интелектуалната собственост (ПИС) в Китай за МСП“; „Мрежа от Европейски бизнес и иновационни центрове (БИЦ) – МЕБИЦ“ („European Business and Innovation Centres (BIC) Network (EBN)“); „Европейска мрежа за иновации на работното място“ и „Портал към растеж“ („Gate2Growth“).

⁹⁴ COM(2010)0608 – Towards a Single Market Act For a highly competitive social market economy.

⁹⁵ COM(2012)0573 – Single Market Act II.

⁹⁶ Регламент (ЕС) № 651/2014.

⁹⁷ Програмният период е изтекъл и по данни на Министерство на икономиката и индустрията е в ход разработване на нов.

⁹⁸ Програмният период е изтекъл, но по данни на Министерство на икономиката и индустрията финансирането на мерките, залегнали като приоритети на Програмата е заложено и в бюджетната рамка на Съюза за периода 2021-2027 г.

създадат или запазят 29 500 работни места и да стартират 900 нови бизнес продукта, услуги или процеси.

Значима по отношение на политиките за МПС е и ролята на Европейския парламент (ЕП).

През юни 2010 г. Европейският парламент приема резолюция относно „Политика на Общността в областта на иновациите в един променящ се свят“.⁹⁹ В нея се поставя акцент върху необходимостта от създаване на условия за по-добър достъп на МСП до рисков капитал чрез разработване на инструменти като микрокредити, рисков капитал за хора, които искат да инвестират в иновативни предприятия, и „бизнес ангели“, които да спонсират бизнес проекти на млади изследователи. Акцентира се и върху въвеждането от държавите-членки и Комисията на данъчни, финансови, стопански и административни стимули за инвестиции.

В посока на насърчаване на развитието на МСП са и резолюция „Малки и средни предприятия: конкурентоспособност и възможности за развиване на стопанска дейност“¹⁰⁰ (2012 г.), резолюция относно повторната индустриализация на Европа за насърчаване на конкурентоспособността и устойчивостта¹⁰¹ (2014 г.), резолюции относно достъпа до финансиране за МСП и увеличаване на разнообразието на финансиране за МСП в рамките на Съюз на капиталовите пазари¹⁰² и разработването на промишлена стратегия на ЕС като стратегически приоритет за растеж, заетост и иновации в Европа (2017/2732(RSP))¹⁰³ (2016 г. и 2017 г.).¹⁰⁴

През периода 2019-2020 г. Европейският парламент приема редица решения и резолюции относно развитието на нова промишлена стратегия за Европа, всеобхватна европейска промишлена политика в областта на изкуствения интелект и роботиката, координирани действия за борба с пандемията от COVID-19 и с последиците от нея.

Общата рамка на политиката на ЕС и развитието на процесите на дигитализация по отношение на МСП са предмет на разглеждане от редица европейски документи, като Стратегия за устойчива и цифрова Европа, Нова индустриална стратегия за Европа, Законодателен акт за малкия бизнес в Европа за 2019 г. (SBA Factsheet 2019) и др. Въз основа на тях в България са разработени стратегически документи, като Концепция за цифрова трансформация на българската индустрия (Индустрия 4.0), Национална програма цифрова България 2025, Цифрова трансформация в България за периода 2020-2030 г. и др.

2.2. Регулаторна рамка в България

Българската регулаторна рамка следва европейската. Законът за малките и средните предприятия (Обн. ДВ., бр. 84 от 24.09.1999 г.) урежда условията, на които следва да отговаря категорията малки и средни предприятия, регламентира органите, осъществяващи политиката по насърчаване на МСП в лицето на Министерството на икономиката и индустрията, Изпълнителната агенция за насърчаване на МСП и Консултативния съвет за насърчаване на МСП и техните задачи. Законът урежда мерки

⁹⁹ ОВ С 236 Е, 12.8.2011, р. 41.

¹⁰⁰ ОВ С 68Е, 07.03.2014, р. 40.

¹⁰¹ ОВ С 482, 23.12.2016, р. 89.

¹⁰² Приети текстове, P8_TA(2016)0358.

¹⁰³ Приети текстове, P8_TA(2017)0305

¹⁰⁴ Gouardères Frédéric. Справочник за Европейския съюз – 2019, www.europarl.europa.eu/factsheets/bg.

и програми за насърчаване на инвестиране, консултантско и информационно обслужване, конкурентоспособност, предприемачески умения и др. в МСП.

Законът за електронната търговия (Обн. ДВ., бр. 51 от 23.06.2006 г.) регулира понятията електронна търговия и услуги на информационното общество, задълженията и отговорността на доставчиците на услуги. Законът за електронното управление (Обн. ДВ., бр. 46 от 12.06.2007 г.) и Законът за електронните съобщения (Обн. ДВ., бр. 41 от 22.05.2007 г.) допълват регулациите в областта на дигитализацията.

С приемането на Закона за ограничаване на плащанията в брой (ЗОПБ) (Обн. ДВ., бр. 16 от 22.02.2011 г.) се прави важна крачка по отношение на стимулирането на безналичните плащания, между които и картовите. Съгласно чл. 3 от ЗОПБ, плащанията на територията на страната се извършват само чрез превод или внасяне по платежна сметка, когато са на стойност на или над 10 000 лв., или ако представляват част от свързани помежду си платежни операции на тази стойност, включително и в чуждестранна валута със същата левова равностойност.

Наред със законовата правна рамка, Министерският съвет одобрява Национална стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия 2021-2027 г., както и План за действие и годишни програми, които се приемат от министъра на икономиката. Стратегията е разработена съгласно чл. 5, ал. 1 от Закона за малките и средните предприятия и Законодателния акт за малкия бизнес в Европа (SBA¹⁰⁵) от 2008 г. Тя е в съответствие със Стратегията за устойчива и цифрова Европа и Новата индустриална стратегия за Европа, които определят общата рамка на политиката на ЕС за МСП. Основните стратегически цели на Националната стратегия за МСП са: повишена конкурентоспособност, специализация във високотехнологични производства, знания, услуги и регионално равенство. Предвижда се подкрепа за МСП в шест области на въздействие, като предприемачество; достъп до пазари и финансиране; дигитализация; по-добро регулиране; бизнес среда; и екологични показатели. Стратегията съдържа и мерки в подкрепа на МСП за преодоляване на трудностите от кризата с пандемията COVID-19.

Българската регулаторна рамка в основната си част е хармонизирана с европейските регулации. Дефиницията за МСП, както и основните политики по отношение на тях, следват европейските. Що се отнася до конкретните мерки и стимули за използване на различни дигитални платежни услуги и електронни разплащания от МСП, към момента те остават все още в рамките на административните и управленските решения. Поради това в редица области са налице законодателни възможности, с които да се създадат съответните права и задължения за насърчаване на процесите на дигитализация по отношение на бизнеса. Такива са предвиждането на законодателни финансови, данъчни и други облекчения за направени разходи в областта на електронните разплащания, премахването на ограниченията и затрудненията, които пречат за въвеждането и използването на електронните плащания и платежните услуги за МСП като прекалено високи такси от обслужващите банки, тромави административни процедури и др.

Възможности за по-ефективни законодателни решения има и по отношение на преодоляването на задълбочаващите се регионални различия при МСП, тъй като те са ситирирани основно в 5-те големи градове на страната, с превес на развитие на Югозападния район и чувствително изоставане на Северозападния. Подобен дисбаланс се наблюдава и при използването на ПОС терминални устройства за картови плащания.

¹⁰⁵ От англ. *Small Business Act*.

Досега проблемът за регионалния дисбаланс е идентифициран в различни правителствени документи, но планираните административни мерки не са дали нужния резултат.

Друг проблем, който изисква законодателно решение, е събирането на официални достоверни и навременни статистически данни за развитието на МСП, в това число такива за навлизането и използването на електронните плащания от тях. По този начин ще се осигури стабилна основа за дълбочинни изследвания на структурата на електронните плащания, използването на различните видове платежни инструменти и тяхното влияние върху развитието на МСП.

Законодателни промени трябва да се предвидят и за облекчаване на достъпа на МСП до финансиране, достъпа до европейските пазари, като тук дигитализацията би трябвало да е изведена като едно от необходимите условия за това.

3. Макро- и микроикономически показатели, измерващи дейността на малките и средните предприятия

3.1. Общи характеристики на малките и средните предприятия

Макро- и микроикономическите показатели, които измерват степента на развитие на МСП и влияят върху въвеждането, използването и увеличаването на дела на електронните разплащания, са: общ брой на МСП в страната и в отделните групи (малки, средни и микропредприятия) и заетите в тях лица; новосъздадени и закрити МСП; създаване на добавена стойност; годишен оборот, приходи и разходи; инвестиционна политика.

3.1.1. Брой и структура на МСП

През 2018 г. броят на МСП в нефинансовия сектор на ЕС е 58 на 1000 жители общо за ЕС и се различава значително в отделните страни – от 29 на 1000 жители в Румъния до 115 на 1000 жители в Чехия. За България той е малко над 50 на 1000 жители. Този брой зависи от множество фактори, но не е свързан с нивото на доходите на глава от населението. Делът на българските МСП в рамките на ЕС е 1.8% (Таков, 2021, с. 7).

През периода 2013-2018 г. в страната има устойчив ръст във всяка от групите микро-, малки и средни предприятия. В Европейския съюз тенденцията е към повишаване на броя на МСП, като ръстът през 2017 г. спрямо 2013 г. е 15%, който е около 2 пъти по-голям в сравнение с този в България (7.7%) (Таков, 2021, с. 7).

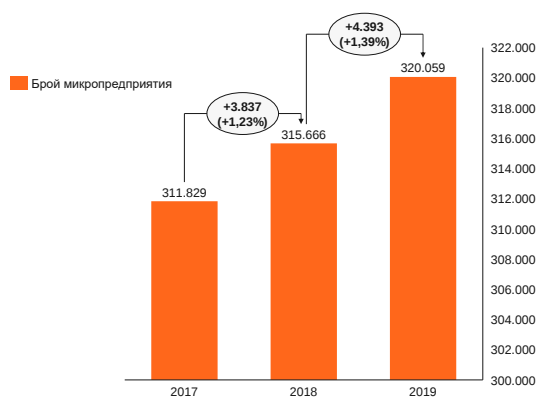
По данни на Евростат,¹⁰⁶ в България през 2017 г. е имало общо 339 812 МСП, чиито брой нараства плавно през следващите 2 години, съответно с около 1% през 2018 г. и с 1.4% през 2019 г.

Делът на микропредприятията е преобладаващ. През периода 2017-2019 г. те са около 92% от всички МСП, малките предприятия са около 6.7%, а средните предприятия са малко над 1%. Този дял остава непроменен за периода 2018-2019 г.

¹⁰⁶ Данните от Евростат са налични до 2019 г. Eurostat (SBS_SC_SCA_R2); <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00145/default/table?lang=en>.

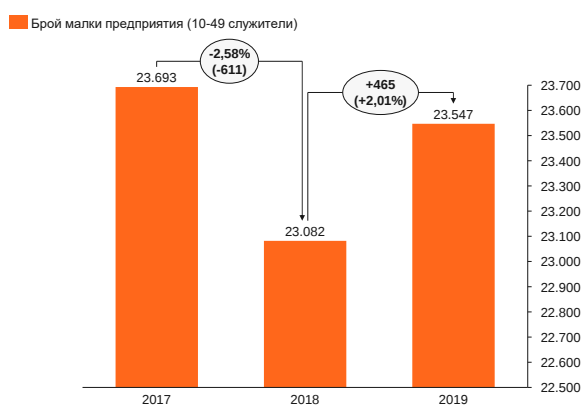
За периода 2017-2019 г. броят на микропредприятията в България, макар и слабо, расте. През 2018 г. темпът на растеж е 1.2% спрямо 2017 г., а през 2019 г. – 1.4% спрямо 2018 г.

Фигура 1. Микропредприятия в България, 2017-2019 г.

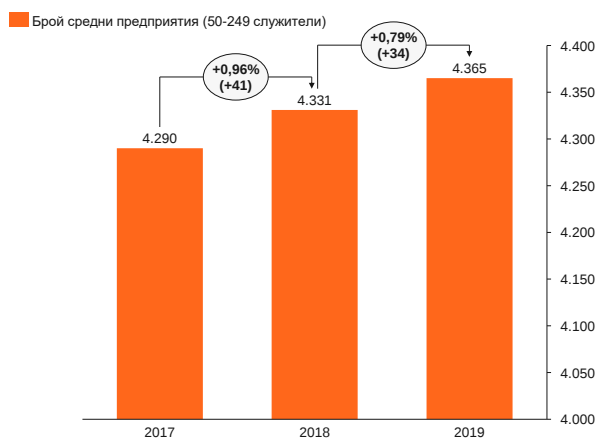


При малките предприятия се наблюдава спад от 2.5% през 2018 г. и ръст с 2% през 2019 г. Средните предприятия също отбелязват леко увеличение с малко под 1%.

Фигура 2. Малки предприятия в България, 2017-2019 г.



Фигура 3. Средни предприятия в България 2017-2019 г.



В ЕС за периода 2017-2019 г. броят на МСП също се повишава.

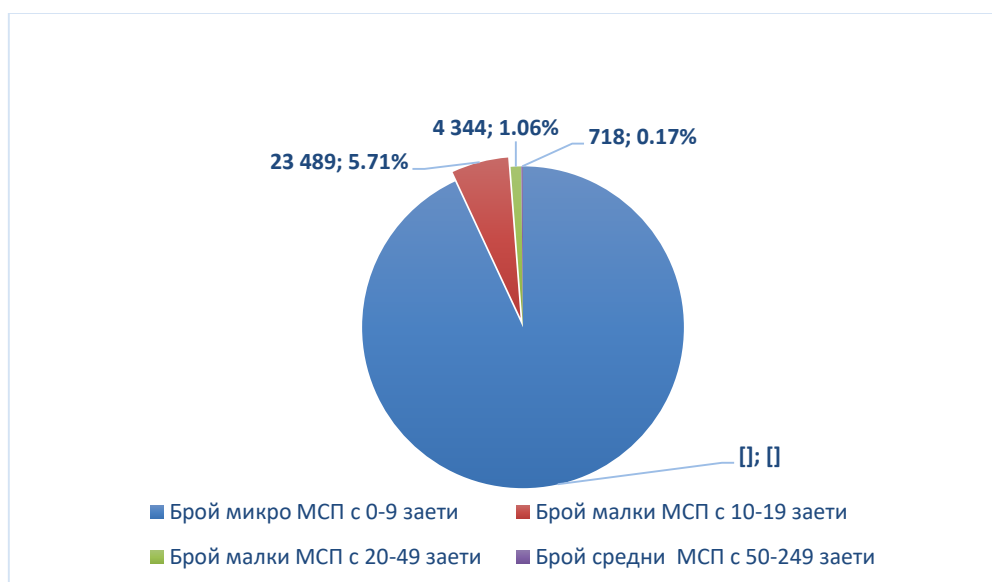
По брой на МСП, за периода 2017-2019 г. България заема 13-то-14-то място сред държавите-членки.

Темпът на увеличение на броя на МСП в нефинансовия сектор в България през 2019 г. е близък до средноевропейския (1.5%). Микропредприятията в България в нефинансовия сектор също са се увеличили – с над 1.4%, като ръстът е малко под средноевропейската стойност (1.7%). През същата година ръстът в броя на малките предприятия е 2%, при отрицателна стойност на средния ръст за ЕС (-0.1%). Средните предприятия в нефинансовия сектор са нараснали леко с под 1%, при средно намаление за ЕС от -1.3%.

Данните показват, че към 2019 г. в България като цяло се наблюдава положителна динамика при всички категории МСП (макар и слаба), като стойностите са близки, дори малко по-високи от средноевропейските.

По данни на НСИ¹⁰⁷, през 2020 г. в България има 410 846 МСП, от които 383 013 са микропредприятия, 23 489 – малки, и 4344 – средни.

Фигура 4. Брой нефинансови предприятия в България за 2020 г. (общо 411 564)



През 2020 г. пандемията от COVID-19 оказа голямо въздействие върху МСП от ЕС. Регистрирани са спадове на продажбите, прекъсване на доставките, ръст на забавените плащания, временно спиране на дейността, намаляване на работното време, заплащането и броя на персонала и др.

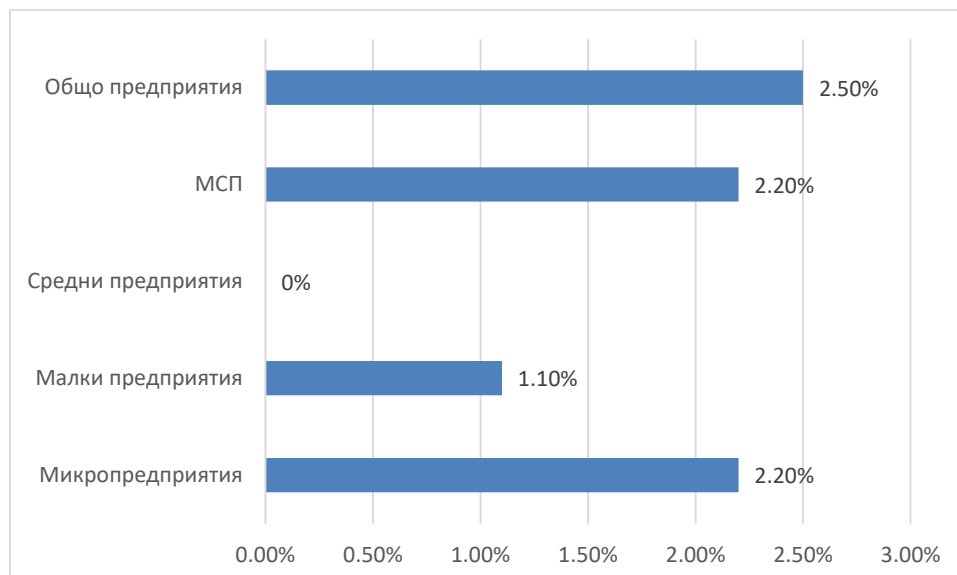
Освен това, част от МСП се възползваха от дигиталните инструменти, като преместиха дейността си онлайн или увеличиха уеб базираните си продажби.

През 2020 г. (първата година на пандемията от COVID-19) броят на предприятията в България намалява спрямо 2019 г. с 2.5%, като намалението при МСП е 2.2%. Подобен е темпът на намаление при микропредприятията, като при малките спадът е 2 пъти по-нисък (с 1.1%), но все пак се задържа над нивата на 2018 г., докато средните

¹⁰⁷ <https://www.nsi.bg/bg/content/8212/брой-на-предприятията>. Данните за МСП, публикувани на официалните сайтове на Евростат и НСИ, се различават.

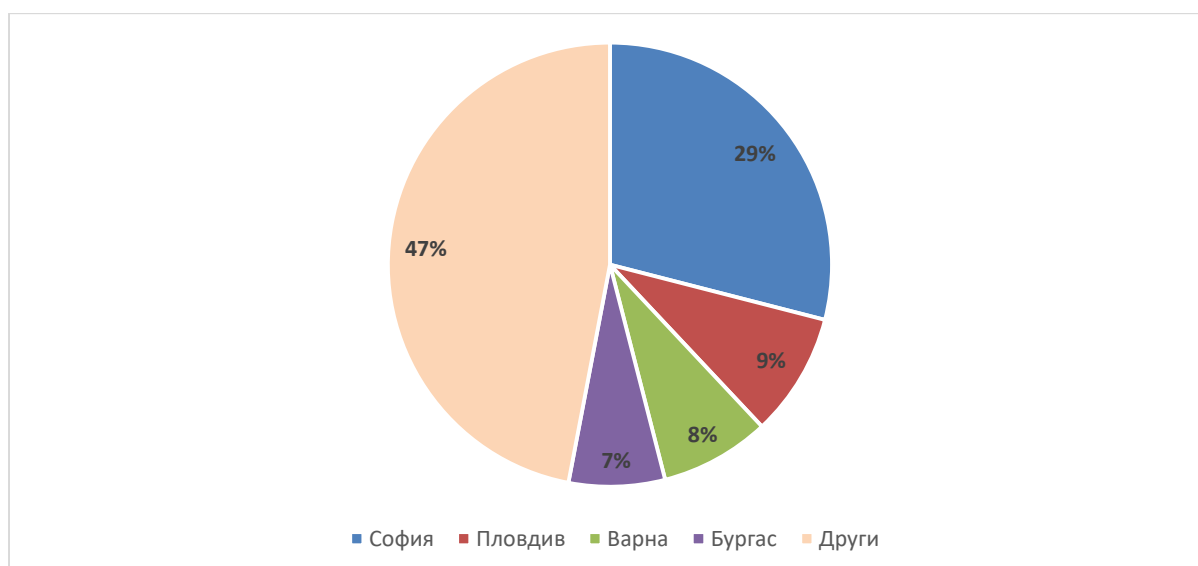
предприятия запазват броя си от 2019 г. Тези стойности показват, че през първата година от пандемията, въпреки отрицателната динамика, все още не се наблюдава сериозен икономически срив, а броят на МСП се колебае около и малко над нивата от 2018 г.

Фигура 5. Динамика на броя на предприятията през 2020 спрямо 2019 г.



МСП са концентрирани в София и големите градове на страната. В София се намират 29% от всички МСП, в Пловдив – 9%, Варна – 8%, и Бургас – 7%. Същите дялове се запазват и по отношение на броя заети лица в отделните области.¹⁰⁸

Фигура 6. Регионално разпределение на МСП

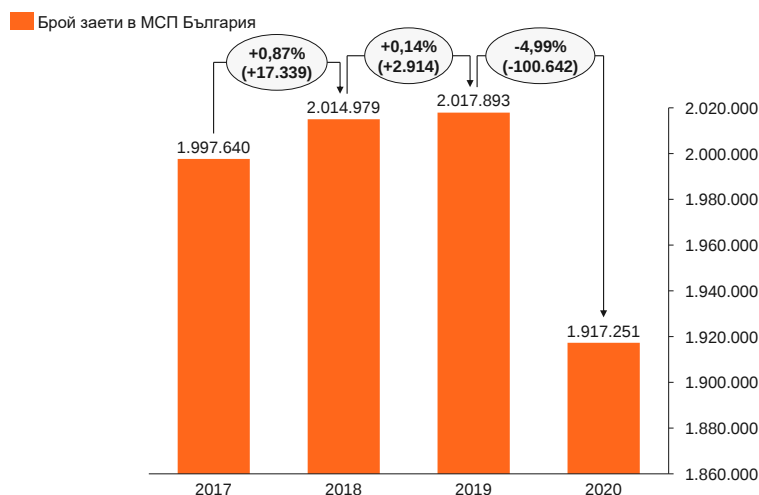


¹⁰⁸ Брой на МСП на 1000 жители в ЕС през 2018 г. – Eurostat, National Statistical Offices, DIW Econ; „Състояние на малкия и средния бизнес в България и перспективи за развитието му“, 2020, с. 11-12.

3.1.2. Заетост

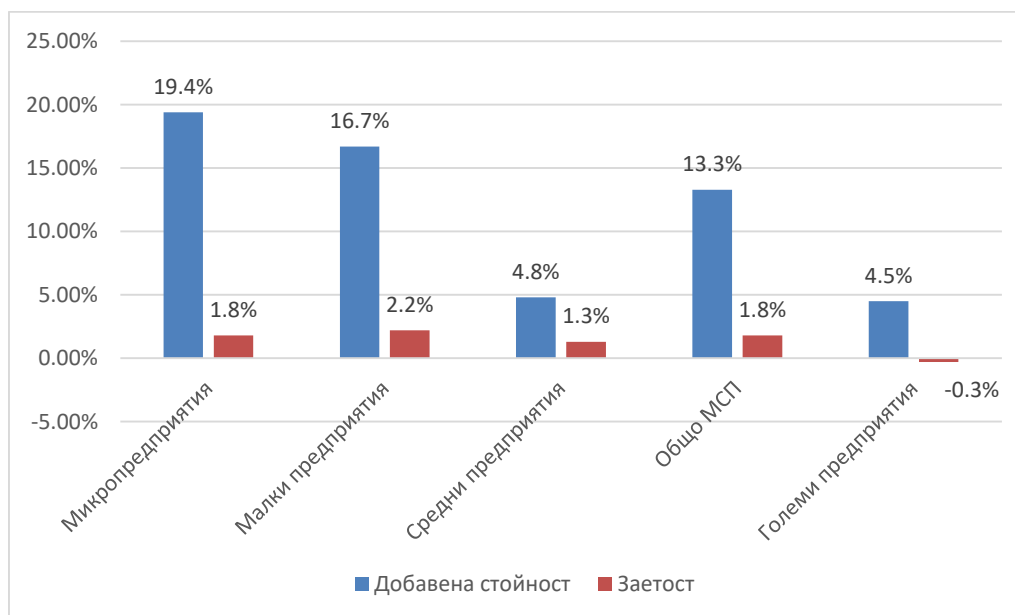
За периода 2017-2019 г. заетите лица в българските МСП плавно нарастват, последвани от сериозен спад през 2020 г., дължащ се на противоепидемичните ограничителни мерки по отношение на бизнеса. През 2018 г. те се увеличават с 0.9%, през 2019 – с 0.1%, докато през 2020 г. намалението им е с 5%.

Фигура 7. Брой заети в МСП за България



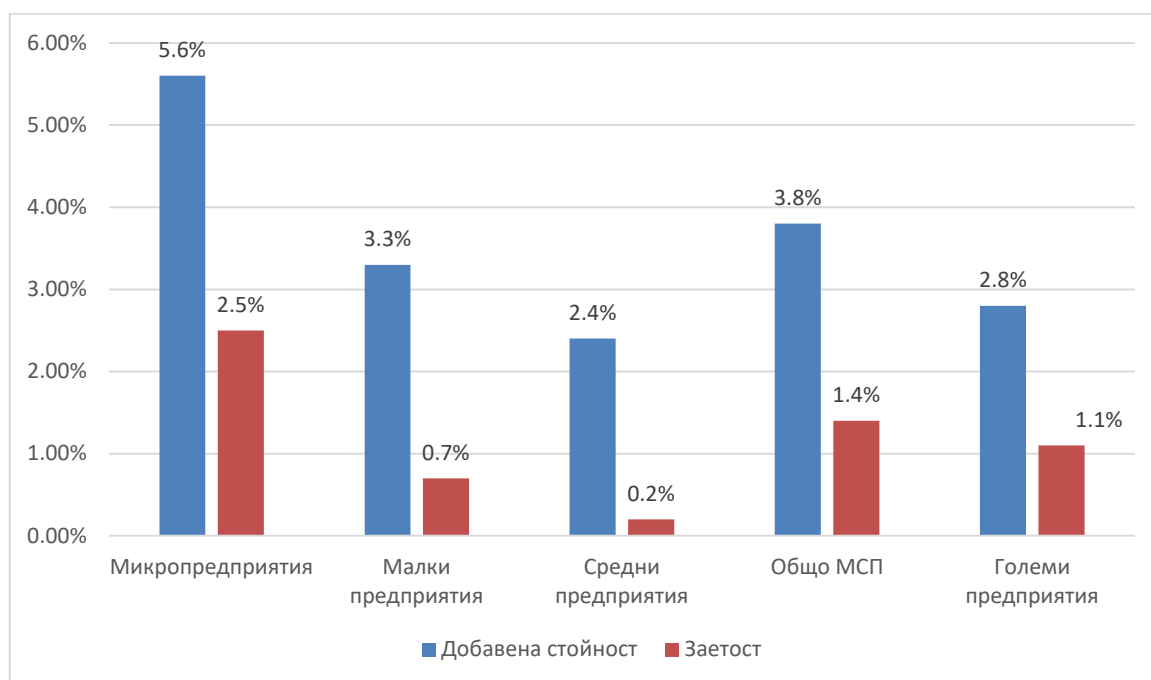
По ръст на заетостта, през 2019 г. българските МСП в нефинансовия сектор превишават средните европейски показатели – 1.8% (в сравнение с 1.4% средно за ЕС). При микропредприятията в България обаче ръстът на заетостта е под средноевропейския – 1.8% срещу 2.5%. Ръстът на заетостта в микропредприятията в ЕС е по-голям от този в малките и средните предприятия – 2.5% срещу 0.7% и 0.2%. В България малките предприятия имат най-висок ръст на заетостта – 2.2%.¹⁰⁹

Фигура 8. Заетост и добавена стойност в МСП в България, 2019 г.



¹⁰⁹ Годишен доклад на ЕК за МСП 2020/2021 г., с. 109, Таблица 26.

Фигура 9. Заетост и добавена стойност в МСП в ЕС, 2019 г.

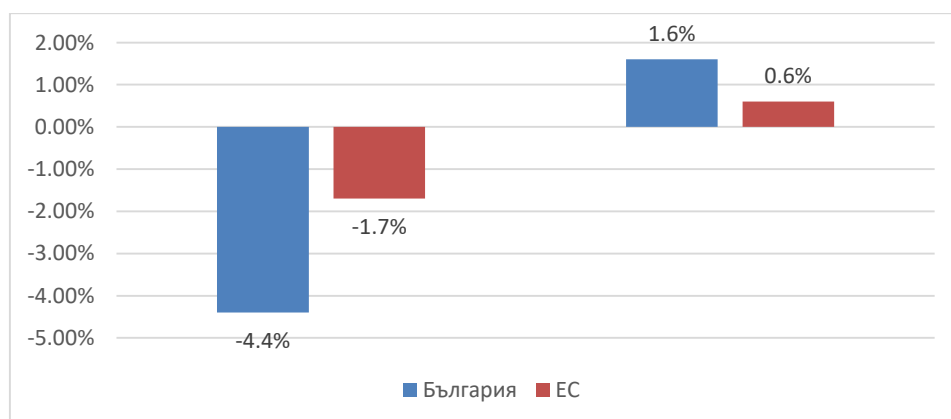


В сравнение с МСП, българските големи предприятия през 2019 г. имат отрицателен ръст на заетостта (-0.3%) под средните европейски нива (1.1%).

През 2020 г. повечето държави-членки отбелязват спад в заетостта на МСП, с изключение на Белгия, Люксембург, Полша, Румъния и Малта с най-висок ръст от 5.5%.

Очакваният спад в заетостта през 2020 г. в българските МСП е -4.4% спрямо 2019 г., далеч под средното ниво за ЕС (-1.7%).¹¹⁰ През 2021 г. за България се прогнозира ръст в заетостта на МСП от 1.6% спрямо 2020 г., като не се предвижда достигане на нивата от 2019 г. Очаква се само в десет държави-членки на ЕС заетостта в МСП да бъде по-висока през 2021 г., отколкото през 2019 г.

Фигура 10. Заетост в МСП в нефинансовия сектор, 2019-2021 г.



Прогнозите са МСП от цифровия сектор в ЕС да увеличат заетостта си с 1.7%, за разлика от недигиталния сектор, където прогнозното увеличение е 0.5%.

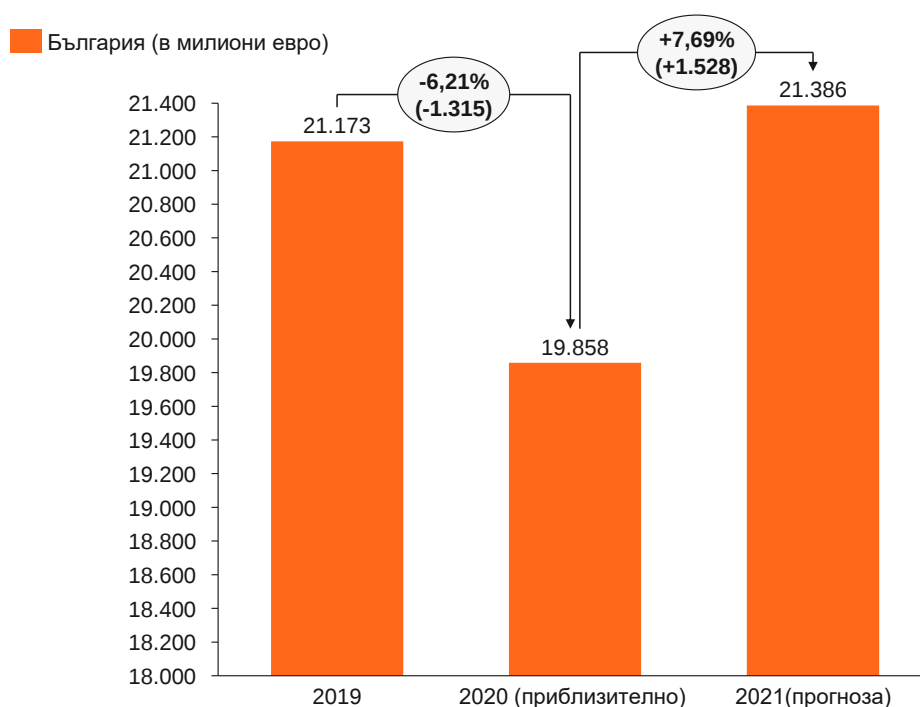
¹¹⁰ Посочените данни в Годишния доклад са прогнозни, с. 55.

3.1.3. Добавена стойност

Към 2018 г. МСП създават добавена стойност в размер на 38.3 млн. евро (65.3% от тази на цялата българска икономика). По данни на Евростат, в периода 2008-2017 г. брутната добавена стойност, формирана от средните предприятия в България, е около 60% (2216 млн. евро), от малките – около 30% (1186 млн. евро), а от микропредприятията – 10% (389 млн. евро). За периода 2008-2018 г. нарастването на добавената стойност от МСП е 69.6%, докато нарастването, реализирано от големите предприятия, е 60.7%.¹¹¹

През 2019 г. България е на второ място в ЕС по ръст на добавената стойност от МСП с 13.3%. Пред нея е само Малта с 15.9% при средни стойности за ЕС от 3.8%. Най-голям е ръстът на добавената стойност при микропредприятията – 19.4%.¹¹²

Фигура 11. Ръст на добавената стойност от МСП в България

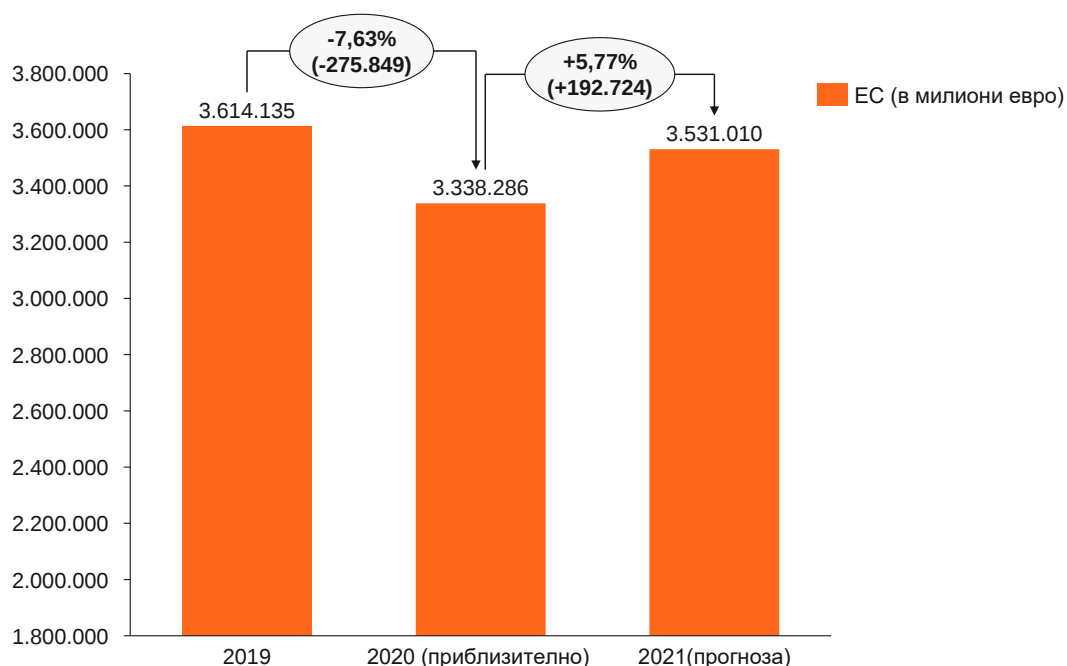


През 2019 г. микропредприятията имат най-висок темп на развитие – ръстът на добавената стойност при тях е 19.4%, при малките предприятия – 16.7%, а при средните – 4.8% (стойност, сравнима с тази на големите предприятия – 4.5%). Тази зависимост се откроява и на европейско ниво.

¹¹¹ Състояние на малкия и средния бизнес с България и перспективи за развитието му, 2020, с. 27, Фигура 23.

¹¹² Годишен доклад на ЕК за МСП 2020/2021 г., с. 109, Таблица 26.

Фигура 12. Ръст на добавената стойност от МСП в ЕС



През 2020 г. в България се очаква 6.2% спад в добавената стойност на МСП спрямо 2019 г., при очакван 7.6% спад за МСП средно в ЕС. През 2021 г. се очаква България да достигне и превиши нивата от 2019 г., с ръст от 7.7% спрямо 2020 г. (при средни европейски стойности от 5.8%) и със 101% спрямо 2019 г. Динамиката за този период в добавената стойност на МСП се очаква да е над средното европейско ниво.

Предвижда се добавената стойност на МСП в нефинансовия сектор да нараства във всички държави-членки, макар и в различна степен, като се очаква да се достигнат 97.7% от нивата преди пандемията през 2019 г. Прогнозата е МСП в цифровия сектор да увеличат добавената си стойност с 6.7%, докато при МСП от недигиталния сектор прогнозното увеличение е 5.7%.¹¹³

Въздействието на пандемията върху МСП варира значително в различните държави-членки и индустрии. По отношение на добавената стойност, най-силно засегнати от пандемията в ЕС са МСП, извършващи дейности за настаняване и хранене (-37.8%), транспорт и съхранение (-16.1%), административни дейности и помощни услуги (-13.3%), производство (-9.8%).

В ЕС през 2020 г. добавената стойност на МСП се е увеличила в дейностите с недвижими имоти и информационните и комуникационните бизнеси, като е налице умерен спад единствено в цифровия сектор на снабдяването с електричество и газ, строителство и професионални, научни и технически дейности.¹¹⁴

МСП в малко над половината държави-членки на ЕС, между които България, Германия, Дания, Естония, Литва, Латвия и др., се очаква или да достигнат, или да надминат нивата си на добавена стойност за 2019 г. до края на 2021 г.

¹¹³ Годишен доклад на ЕК за МСП 2020/2021 г., с. 55.

¹¹⁴ Годишен доклад на ЕК за МСП 2020/2021 г., с. 24.

Тези данни още веднъж потвърждават значителния принос на МСП за българската икономика като цяло по отношение на ключови показатели като заетост и добавена стойност.

През периода 2008-2016 г. **новосъздадените** МСП в България са около 40 000 – 41 000 годишно, което е около 10-12% от всички МСП, като през 2017 г. те са 48 100. Едно от всеки пет предприятия обаче прекратява дейността си през първата година от основаването си, едно от три го прави през първите 2 години, а половината продължават да работят и след третата година. Удвояване на броя на служителите може да се очаква след четвъртата година (Таков, 2021, с. 8).

По данни на Евростат, България е сред държавите, при които броят на новорегистрираните бизнеси намалява. През 2019 г. спрямо 2018 г. е отчетен спад с -7.9%, а пред първите 8 месеца на 2020 г. спрямо същия период на 2019 г. – с 26%.¹¹⁵

По данни на Crunchbase¹¹⁶, броят на стартиращите МСП в ЕС към 31.12.2020 г. е 25 489. В България техният брой е едва 152, от които 65% са микропредприятия, 31% са малки, и 4% са средни, в сравнение с Нидерландия, която заема челно място в ЕС с 8915 стартиращи фирми (съответно от тях 94% са микропредприятия, 6% са малки, и 1% са средни). Българските стойности са далеч под средните европейски нива. Средно в ЕС през 2020 г. 79% от стартиралите фирми са микропредприятия, 18% са малки, и 3% са средни.

В България от стартиралите предприятия по време на пандемията през 2020 г. 84% са в дигиталния сектор (128 предприятия), с което тя е близо до средното ниво за ЕС (85%), при 91% за водача в класацията Нидерландия.

Броят на новите стартиращи предприятия през 2020 г. в ЕС бележи спад със 76% спрямо 2019 г. Запазва се тенденцията от 2017 г. към прогресивно намаление на новосъздадените МСП. Подобна тенденция се наблюдава и в САЩ, Обединеното кралство и останалия свят. Въпреки това, през 2020 г. спадът им е много по-изразен в ЕС.

Според данните на Crunchbase, през 2020 г. две държави-членки (Германия и Франция) получават 1/2 от финансирането, предоставено в ЕС-27 за стартиращи МСП, а други 4 държави-членки (Испания, Финландия, Нидерландия и Швеция) получават 1/4 от финансирането. Общото финансиране за стартиращи предприятия в ЕС е намаляло със 7% през 2020 г., но всъщност се е увеличило в 12 държави-членки, между които и България. Въпреки това, намаляването на финансирането в останалите 15 държави-членки в крайна сметка води до спад на общото финансиране за стартиращи МСП.

През 2018 г. **приходите на МСП** достигат 2 053 016.3 млн. лв., което е 69.7% от приходите на страната (докато делът на големите предприятия е 30.3%). Нарастването им спрямо 2017 г. е с 7%, при 7.9% нарастване за големите предприятия и 7.3% общо за страната. В същото време, делът на МСП от общите разходи за страната е 69.2%, при 30.8% за големите предприятия. Нарастването на разходите спрямо предходната година общо за страната е със 7.7%, като за големите предприятия то е 10%, или с 2.3 пр.п. повече от нарастването на приходите. При МСП обаче разходите са нараснали само с

¹¹⁵ Annual Report on European SMEs.2020/2021, с. 42, Фигура 33.

¹¹⁶ Данните са предоставени от компанията Crunchbase, която предоставя информация за стартиращи фирми в целия свят и се фокусира върху дигиталния сектор, тъй като понастоящем не се генерират съпоставими данни за стартиращите МСП в ЕС от национални и международни статистически организации; Annual Report on European SMEs.2020/2021; с.43, фиг. 34.

6.7%, или с 0,3 пр.р. по-малко от ръста на приходите. Най-висок дял в приходите имат микропредприятията – 24.3%.¹¹⁷

Фигура 13. Дял на приходите на МСП през 2018 г. (общо 2053016.3 млн. лв.)



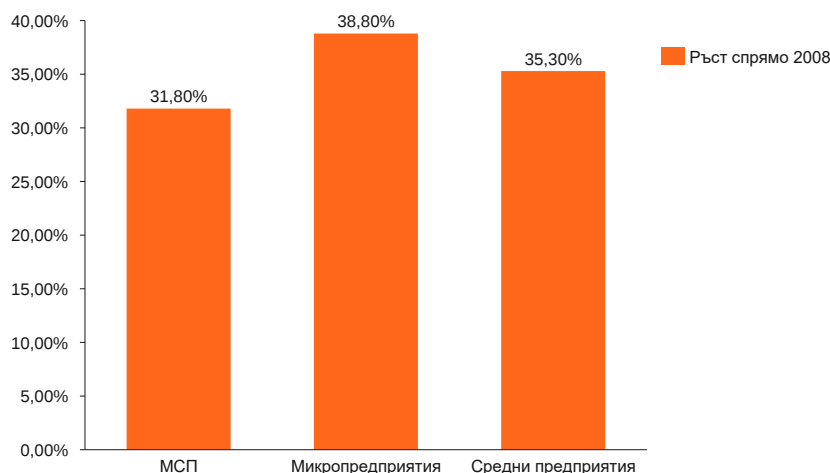
Фигура 14. Дял на разходите на МСП през 2018 г.



Направените от МСП **инвестиции** в дълготрайни активи са показател за тяхното успешно развитие. През 2018 г. общият размер на инвестициите на МСП възлиза на 77 063 млн. лв., или 59.9% от общия размер на инвестициите в дълготрайни материални активи в страната. Нарастването е с 3.5% спрямо 2017 г., а нарастването спрямо 2008 г. е с 31.8%. Най-голям е ръстът в микропредприятията (с 38.8%), следвани от средните предприятия (с 35.3%) (Таков, 2021, с. 10-12).

¹¹⁷ European Commission. Technical Report including in-depth analysis of the SMEs in Bulgaria and preliminary recommendations for the directions of action of new strategy, 2020; Таков, 2021, с. 17.

Фигура 15. Направени от МСП инвестиции в дълготрайни активи за 2018 спрямо 2008 г.



Поради пандемията от COVID-19, икономическата среда, пред която са изправени МСП, се промени драстично. Като цяло през 2019 г. икономическият растеж се забави, но икономиките на ЕС все още работят над своя потенциал. МСП остават най-вече загрижени за намирането на квалифициран персонал и разходите за тяхното производство и труд.

Вследствие на предприетите мерки за ограничаване на пандемията през 2020 г. в Европа и по света беше прекъсната веригата за доставки, като се очаква БВП (по постоянни цени) да спадне средно със 7.4% в ЕС.

Фигура 16. Дял на МСП, които съобщават за причинени трудности при износа и вноса от COVID-19 в 9 държави-членки на ЕС-27



Последиците от пандемията за МСП са значителни, но варират в различните държави-членки. България е сред страните, при които пандемията е нанесла едни от най-сериозните поражения. МСП в 3 държави-членки, между които и България (заедно с Естония и Гърция), съобщават за особено големи щети от пандемията както при вноса, така и при износа. За затруднения при износ съобщават между 7% от МСП (които

изнасят) в Германия и Франция, до 35% в България. Вносът също е засегнат от пандемията, като загубите варират от 14% в Италия до 41% в Гърция.

Финансовото въздействие на COVID-19 върху МСП също варира значително в различните държави-членки – от 12% във Финландия до 44% в България (тази стойност е най-висока в ЕС). България е сред страните, в които най-много МСП са плащали над нормалните цени за материали, стоки или услуги (Годишен доклад на ЕС за МСП 2020-2021 г.).

Ефектът от пандемията върху **оборота** на МСП на страните-членки на ЕС се наблюдава върху 43% от средните предприятия, при 56% от малките предприятия и при 60% от микропредприятията. За увеличаване на оборота вследствие на пандемията през 2020 г. съобщават само 16% от средните предприятия, в сравнение с 9% от малките предприятия и 5% от микропредприятията в ЕС.

Фигура 17. Дял на МСП, които са претърпели промени в оборота, причинени от COVID-19, в 9 държави-членки на ЕС-27, по размер на МСП и всички МСП



България е сред страните, чиито МСП са претърпели най-големи намаления в оборота – 79% от българските МСП съобщават за намаление над 50%, и 10% – за намален оборот между 20% и 50% (за разлика от Финландия, където тези МСП са съответно 35% и 24%). Освен това, в България само 9% от МСП са посочили, че са незасегнати от пандемията, а 2% – че са увеличили оборота си. Във Финландия незасегнати са останали около 25% от МСП, а 16% са увеличили дейността си.¹¹⁸

¹¹⁸ Annual Report on European SMEs.2020/2021; pp. 32-33, Figures 19, 20, 21.

Фигура 18. Дял на МСП с промени в оборота по време на пандемията в 9 държави-членки на ЕС-27



Анализът на разгледаните показатели, които измерват степента на развитие на МСП с оглед въвеждането, използването и увеличаването на електронните разплащания, разкрива, че България е в групата на страните от ЕС със сравнително слабо развити икономики, въпреки ръста, отбелязан след 2017 г. България се очертава като държавата с най-големи поражения в ЕС вследствие на последиците от пандемията през 2020 г. Българските МСП остават по-неустойчиви при неблагоприятни условия и внезапни пазарни сривове, като дигитализацията и разширяването на обхвата на електронните разплащания биха били един от начините за преодоляване на тяхната уязвимост.

Изооставането на България по основните икономически показатели се явява една от съществените пречки за въвеждане и по-широко използване на електронни плащания, тъй като те са свързани с инвестиции. Електронните плащания изискват по-високо ниво на технологично развитие на МСП, което да доведе до по-висока конкурентоспособност и до и по-голям принос на МСП в икономиката.

3.2. Структура на малките и средните предприятия по селектирани сектори със значение за повишаване на дела на картовите плащания

Малките и средните предприятия представляват гръбнака на българската икономика и процесите и явленията, които протичат в тях, като дават сериозно отражение върху нейното развитие. Процесът на дигитализация, който в момента се наблюдава в икономическия и социалния живот в Европа и света, оказва силно влияние върху МСП и е един от основните фактори, определящи тяхното бъдеще. Електронните плащания, и в частност най-разпространеният им вид в България – картовите плащания, са част от всеобщия процес на дигитализация и това налага да се изследват възможностите за разширяване на тяхното използване от МСП, като един от факторите за развитие на българската икономика.

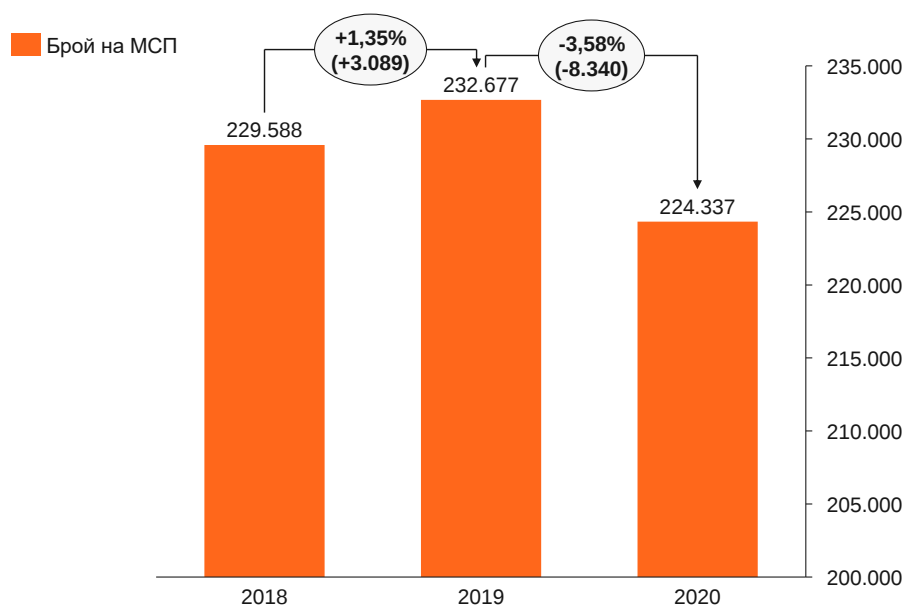
С оглед на разкриване на състоянието и тенденциите в областта на картовите разплащания в България е извършен подбор на МСП, доколкото не всяка стопанска дейност предполага необходимост или възможност от използване на такъв платежен инструмент.

Настоящият анализ се основава на данни от НСИ по селектирана извадка от МСП, от сектори, които са избрани с оглед на голямото им значение за развитието на разплащателния бизнес в страната. Извадката, на която се основава статистическият анализ, обхваща периода 2018-2020 г. и е двустепенна.

На първият етап е определен кръгът на МСП¹¹⁹, чиито предмет на дейност **позволява** извършването на картови разплащания и инсталирането на ПОС устройства, или т.нар. **общ наличен пазар** (ТАМ¹²⁰). Той показва какъв е пазарният размер, който теоретично може да бъде обслужен с конкретен продукт или услуга. При определяне на обема му са изключени икономическите дейности, които не се нуждаят от приемане на картови разплащания, като различни производствени предприятия, строителният бранш и др.

За 2018 г. броят на МСП, включени в общия наличен пазар на картовите плащания, е 229 588, през 2019 г. те са нараснали на 232 677 (или с 1.3%), а през 2020 г. броят им е намалял под нивото на 2018 г. на 224 337 (намаляние с 3.6% спрямо 2019 г.).

Фигура 19. МСП, включени в общия наличен пазар на картовите плащания



На втория етап са селектирани МСП, за които са налице необходимите условия и е възможно и релевантно извършването на картови разплащания и инсталирането на ПОС. Те формират **наличния достъпен пазар** на картовите плащания (SAM¹²¹), който е част от общия наличен пазар. Общият пазар, към който може да се адресира конкретна услуга/продуктът (**Total Addressable Market, TAS**) пък е част от **общия и наличен достъпен пазар**. При този подбор допълнително са изключени бизнеси, чиито характер предполага плащания на твърде висока или твърде ниска стойност, като

¹¹⁹ Данните в параграф 3.2. са предоставени от НСИ и са направени собствени изчисления, ако не е посочено друго.

¹²⁰ От англ. *Total Addressable Market*.

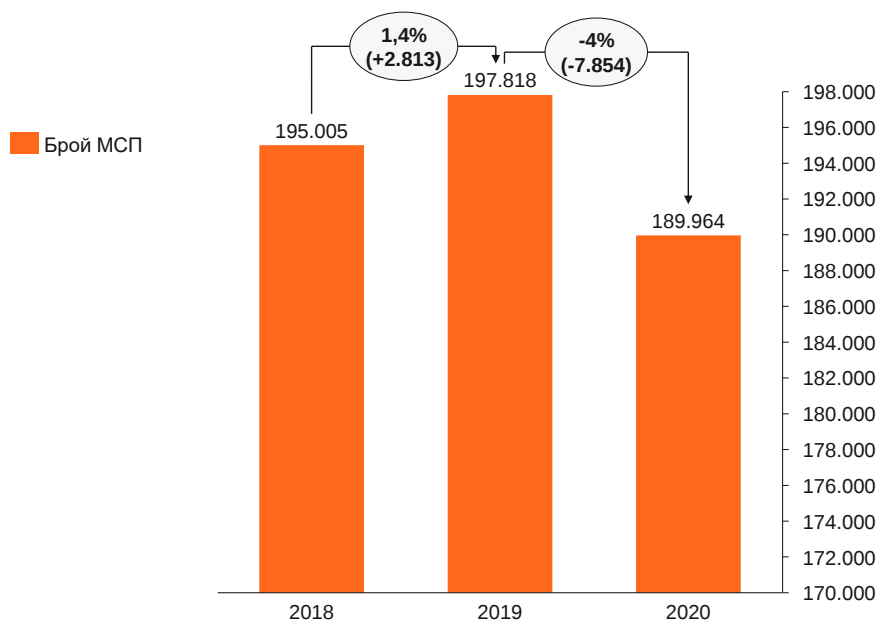
¹²¹ От англ. *Serviceable Addressable Market*.

търговия със селскостопански машини, кинкалория, продажба на вестници и списания, и други, при които платежните карти са възможен, но не достатъчно подходящ за използване платежен инструмент. Към тях са по-относими кешовите плащания или други видове електронни плащания.

Селекцията на МСП на този етап е извършена съобразно техния предмет на дейност в окрупнени групи, въз основа на Класификация на икономическите дейности на НСИ (КИД 2008). Най-голямо значение за развитието на електронните и в частност на картовите плащания в МСП имат следните икономически сектори: търговия, която включва търговия с автомобили, части, аксесоари и ремонт на автомобили, търговия на едро и търговия на дребно; хотелиерство и ресторантьорство; финансови и застрахователни дейности; професионални дейности (включват юридически, счетоводни консултантски и други офис дейности); туристическа и туроператорска дейност и дейности, свързани с пътуване; здравеопазване и социална работа (включва дейност на болници, лекари, заведения за здравни грижи); фризьорски и козметични и други услуги, пране и химическо чистене. В посочените сектори са налице необходимите условия за картови разплащания както между отделните предприятия, така и с потребителите на стоки и услуги.

През 2018 г. наличният пазар на картовите плащания (МСП с условия за инсталиране на ПОС) е включвал 195 005 МСП, през 2019 г. – 197 818 МСП (нарастване с 1.4%), а през 2020 г. е намалял на 189 964 МСП (намаляние с 4%). Именно този обхват на извадката е предмет на анализ в следващото изложение.

Фигура 20. Наличен пазар на картови плащания (МСП с условия за инсталиране на ПОС), 2018 г.



3.2.1. Търговия

Секторът на търговията¹²² обхваща търговията на едро и дребно с хранителни стоки, горива, напитки и тютюневи изделия, стоки за бита и битова техника, текстил,

¹²² Сегмент G съгласно КИД НСИ.

железария, парфюмерия и козметика и др., като в нея е включена и търговията с автомобили, доколкото картони плащания се извършват при продажбата на части и аксесоари, както и при ремонтни дейности. От гледна точка на картоните плащания, секторът на търговията е най-обширен и обхваща над 100 000 МСП, които представляват около 1/4 от всички МСП в страната и около 61-62% от общия наличен пазар на картоните плащания. През 2018 г. техният брой е 108 276 МСП, през 2019 г. бележи слабо нарастване на 108 459 МСП, а през 2020 г. намалява с 5.4% на 102 566 МСП.

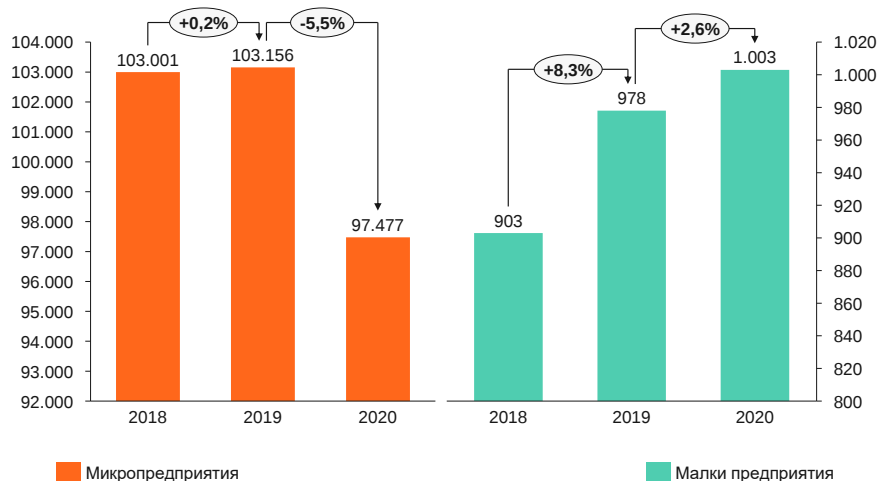
По отношение на пазара, отговарящ на условията за ПОС в областта на търговията, през разглеждания период се наблюдават аналогични тенденции. През 2018-2019 г. той се е увеличил незначително от 104 020 МСП на 104 260 МСП (с едва 0.2%), а през годината на пандемията 2020 г. спадът е чувствителен – на 98 605 МСП (с 5.4%).

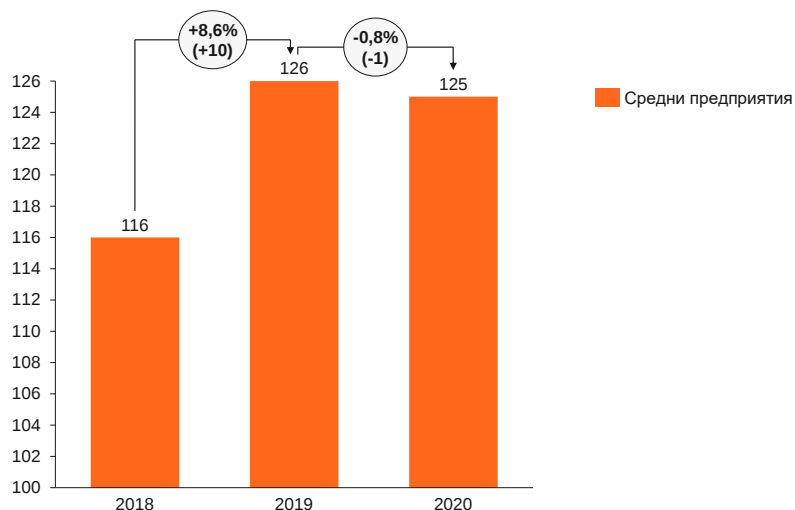
Микропредприятията в сектора, отговарящи на условията за картони разплащания и ПОС, са най-многобройната преобладаваща група. Темпът на нарастване на броя им за 2019 г. е незначителен – само 0.2%, а за 2020 г. спадът е 5.6%.

Най-съществена положителна динамика бележи групата на малките търговски предприятия. Ръстът им през 2019 г. е 8.3%, а през 2020 г. е 2.5%, въпреки неблагоприятната епидемична обстановка, свързана с COVID-19. Тези данни показват процес на прерастване на част от микропредприятията в малки предприятия и на положително развитие в сектора.

Средните предприятия са най-малобройни. През 2019 г. като броят им нараснал с 10 предприятия (8.6%), а през 2020 г. почти е запазил нивата от предходната година, като намалението е с 1 средно предприятие (0.8%). Тенденциите в средните и малките предприятия от сектора могат да се определят по-скоро като положителни.

Фигура 21. Сектор „Търговия“ – брой МСП, отговарящи на условията за ПОС, и темп на нарастване





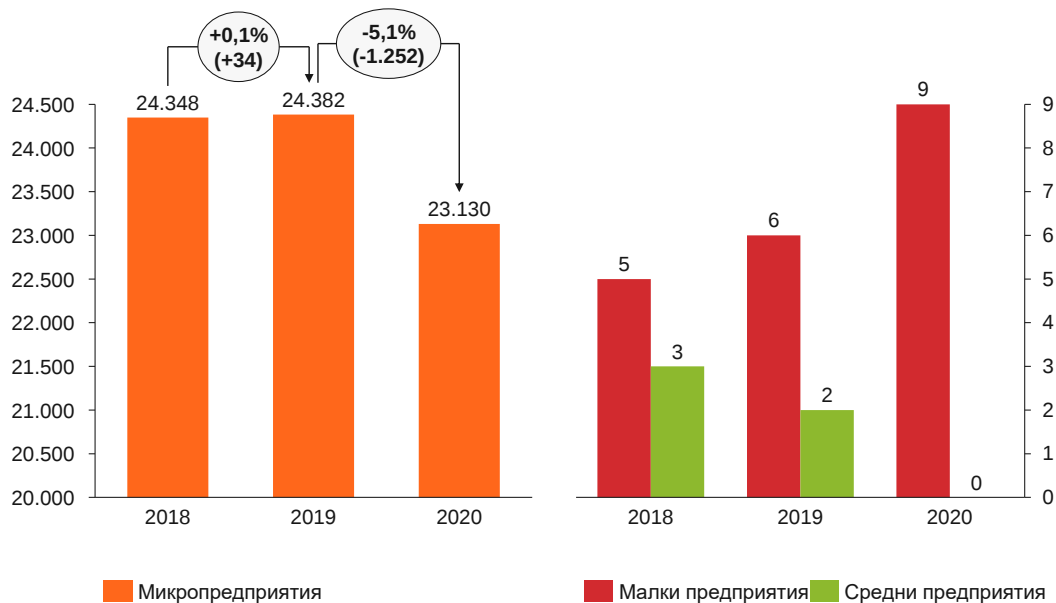
Налага се изводът, че тенденцията на развитие в малките и средните търговски предприятия е възходяща, за разлика от тази при микропредприятията, които са по-неустойчиви на неблагоприятни промени във външната среда.

3.2.2. Хотелиерство и ресторантьорство

Общият наличен пазар в сектора „**Хотелиерство и ресторантьорство**“ възлиза на 11.8-11.9% от общия наличен пазар на картовите разплащания, като през 2020 г. бележи спад от 0.4%. През 2019 г. общият наличен пазар в него е нараснал само с 0.5% от 27 397 МСП през 2018 г. на 27 531, а през 2020 г. е намалял на 25 629 МСП – значителен спад от 6.9%, предвид ограниченията в дейността им поради пандемията и епидемичната обстановка в страната.

През разглеждания период пазарът, отговарящ на условията за ПОС в тази област, също се свива. През 2018-2019 г. той също се е увеличил незначително от 24 366 МСП на 24 390 МСП (с едва 0.1%), а през годината на пандемията (2020 г.) спадът е чувствителен – на 23 139 (с 5.1%).

Фигура 22. Сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ (11.8% от общият пазар за картови разплащания за периода 2018-2020 г.) – брой МСП, отговарящи на условията за ПОС



Секторът почти изцяло е формиран от микропредприятия, чиято положителна динамика за 2019 г. е несъществена (0.1%), но през 2020 г. намалението е съществено (с -5.1%).

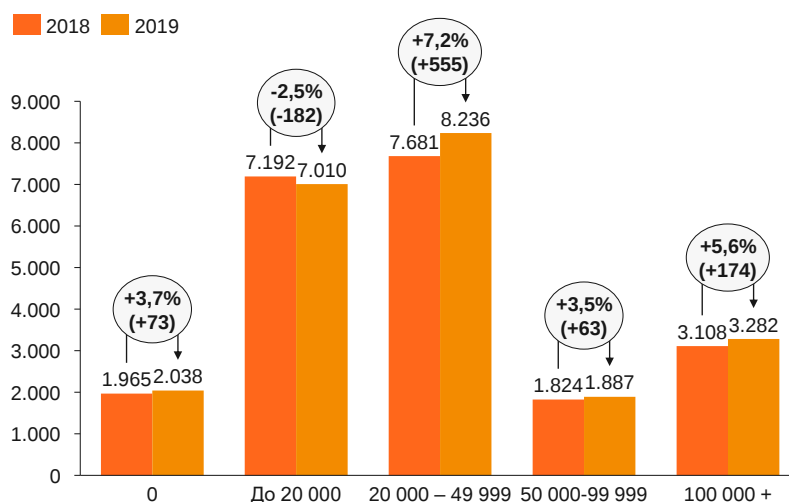
Малките предприятия в сектора, отговарящи на условията за картови плащания, от 2018 г. (когато са 5) нарастват с 1 брой през 2019 г. и с 3 броя през 2020 г. (когато стават 9). В сектора през 2018 г. е имало общо 3 средни предприятия, относими към предмета на изследването, които за двете последващи години са преминавали в по-ниските групи на малките или микропредприятията. През 2020 г. в сектора няма нито едно средно предприятие. Данните показват тенденция към низходящо развитие на МСП в него от гледна точка на картовите плащания.

3.2.3. Професионални дейности

Под наименованието **професионални дейности** са обединени юридически, счетоводни, одиторски, консултантски и др. подобни, при които също са налице условия за извършване на картови разплащания.

Общият наличен пазар в сектора обхваща над 9.5% от общия наличен пазар на картовите плащания. Въпреки че абсолютният брой на МСП, включени в този сектор, за разглеждания период намалява, делът му спрямо общия наличен пазар на картовите плащания бележи лек ръст от 0.3%. През 2018 г. броят им е възлизал на 21 770 МСП, като за една година се е увеличил на 22 443 МСП (с 3.1%), а през 2020 г. поради пандемията е отбелязал нисък спад до 22 198 МСП (с 1.1%). Данните показват относителна устойчивост на сектора в пандемична обстановка поради възможността тези дейности да се извършват от разстояние, въпреки неизбежното намаляване на обема на работата.

Фигура 23. Сектор „Професионални дейности“ – брой МСП, отговарящи на условията за ПОС, и темп на нарастване



Предприятията с условия за инсталиране на ПОС в тази област също показват устойчивост. През 2019 г. те нарастват с 3.2% на 22 005, в сравнение с 21 319 през 2018 г. През 2020 г. спадът им е минимален – с 1.1% на 21 756.

Както и при останалите сектори, и тук основно преобладават микропредприятията. Те бележат възходящо развитие през 2019 г. от 21 298 на 21 988 (ръст с 3.3%). В пандемичната обстановка на 2020 г. намаляват с 1.2% на 21 735.

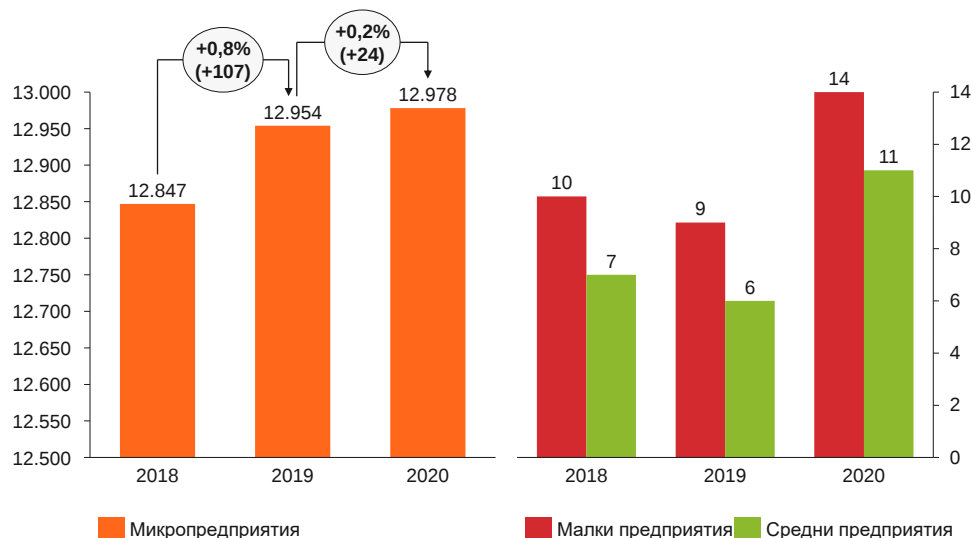
Малките предприятия и тук показват различна динамика. През 2019 г. намаляват от 20 на 16 (спад с 20%). Но показват устойчивост по време на пандемията и през 2020 г. увеличават броя си на 18 (нарастване с 12.5%). Такава положителна тенденция се наблюдава и при средните предприятия. През 2018 г. в сектора има 1 средно предприятие, което през 2019 г. се е запазило. По време на пандемията обаче средните предприятия стават 3 (ръст с 200%).

Въпреки пандемията, секторът е устойчив, с тенденция към увеличаване на малките и средните предприятия. Положителният тренд се дължи най-вероятно на бързото разрастване на няколко микропредприятия в сектора и преминаването им в по-горна група.

3.2.4. Здравеопазване и социална работа

Секторът на здравеопазването и социална работа обхваща болнична и лекарска дейност, дейност по дентална медицина, дейност по хуманно здравеопазване и на заведения за здравни грижи. Общият наличен пазар в сектора обхваща малко над 6% от общия наличен пазар на картовите плащания. Секторът се очертава като най-устойчив, поради пандемията, когато търсенето на здравни услуги и дейности отбелязва експанзия. Въпреки това, ръстът на общия наличен пазар на сектора спрямо общия наличен пазар на картовите плащания за пандемичната 2020 г. е нараснал с едва 0.2-0.3%, като през 2019 г. е задържал нивото си около 6-6.1%, както през 2018 г.

Фигура 24. Сектор „Хуманно здравеопазване и социална работа“ – брой МСП, отговарящи на условията за ПОС, и темп на нарастване



Предприятията с условия за инсталиране на ПОС в тази област показват възходяща динамика, въпреки че темпът на нарастване е нисък. През 2018 г. броят им е възлизал на 12 864 МСП, като за една година се е увеличил с 0.8% на 12 969 МСП, а през 2020 г. поради пандемията е отбелязал ръст от 0.3% или 13 003 МСП. Данните показват недостатъчно развитие на сектора, въпреки стимулиращите външни фактори и нарастването на търсенето.

Микропредприятията с условия за ПОС в сегмента през 2018 г. са били 12 847, през 2019 г. – 12 954 (ръст с 0.8%), а през 2020 г. – 12 978 (ръст само с 0.2%), въпреки повишеното ниво на търсене на здравни дейности.

При малките и средните предприятия, за сметка на отрицателната тенденция през 2019 г. с 10% при малките и 14.2% при средните, се наблюдава силен ръст през 2020 г. Увеличението е с 5 броя при малките предприятия (с 55.5%) и с 5 броя при средните предприятия (с 83.3%).

Налага се изводът, че при нестимулираща външна среда се развиват малките и средните предприятия, свързани с дейности в здравеопазването, докато микропредприятията задържат предходните си параметри.

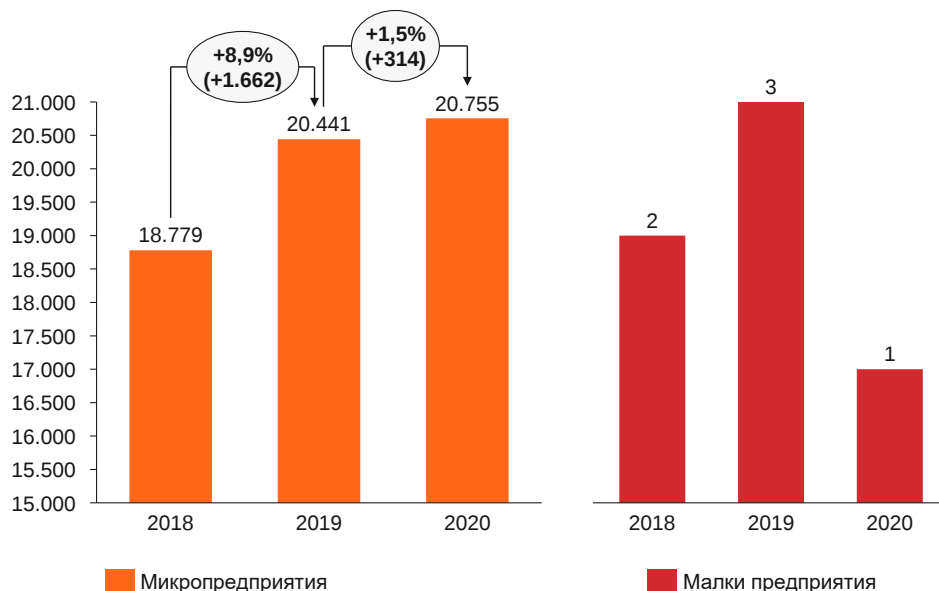
3.2.5. Фризьорски и козметични и други неклаифицирани персонални услуги

В сектор **„Фризьорски и козметични и други услуги“** общият наличен пазар за периода 2018-2020 г. обхваща близо 9% от общия наличен пазар на картовите плащания. Този дял нараства прогресивно – от 8.3% през 2018 г. до 9.3% в края на 2020 г. Той се е разраснал от 19 002 предприятия през 2018 г. на 20 950 през 2020 г. (или с цели 1948 предприятия) по време на пандемията. Този факт отчасти се дължи на появата на нови онлайн услуги, свързани с работата от разстояние, както и с разрастването на вече съществуващи такива.

Предприятията с условия за инсталиране на ПОС в сектора също се увеличават. През 2018 г. броят им е възлизал на 18 781 МСП, като през 2019 г. е нараснал на 20 449 МСП

(с 8.9%), а през 2020 г. той е 20 756 МСП (ръст 1.5% спрямо 2019 г.). Така през 2020 г., поради увеличаване на търсенето на различни нови услуги заради пандемията, секторът се е увеличил с 312 предприятия с условия за инсталиране на ПОС.

Фигура 25. Сектор „Фризьорски и козметични и други персонални услуги“ – брой МСП, отговарящи на условията за ПОС, и темп на нарастване



Структурата на този сектор е изградена изключително от микропредприятия, и именно те задават общата тенденция на динамиката. От 18 779 микропредприятия през 2018 г., те нарастват стремително на 20 441 през 2019 г. (с 8.8%), а през 2020 г. – на 20 755 (с 1.5%).

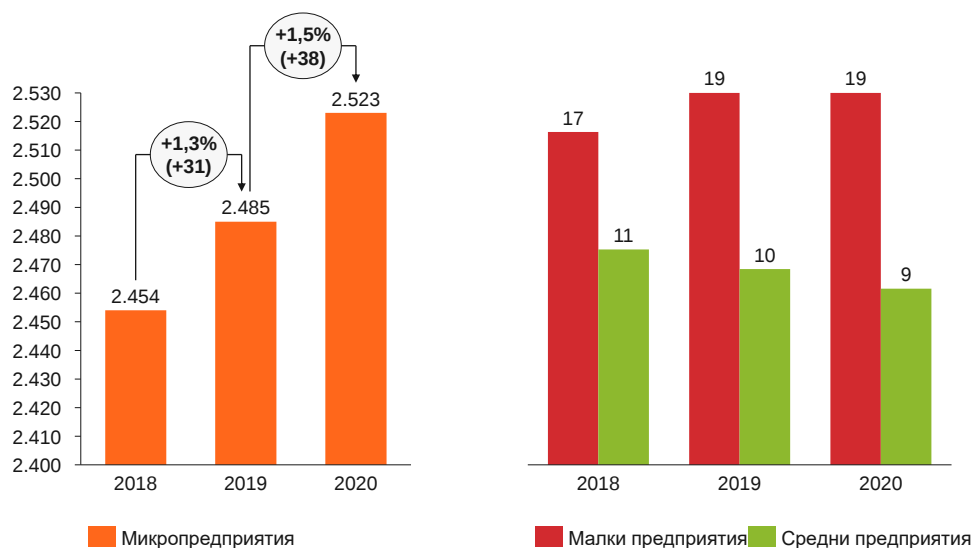
В сектора няма нито едно средно предприятие, отговарящо на условията за картови плащания, а броят на малките предприятия с условия за ПОС е незначителен – през 2018 г. те са 2, през 2019 г. нарастват с 1, а през 2020 г. намаляват с 2. Тук се наблюдава обратната тенденция – в пандемична обстановка и повишено търсене на услуги устойчиви са микропредприятията, а малките предприятия намаляват.

3.2.6. Застрахователна и финансова дейност

В областта на **застрахователната и финансовата дейност** общият наличен пазар за периода 2018-2020 г. обхваща едва 1.2% от общия наличен пазар на картовите плащания, като запазва този обхват и през трите години. През 2019 г. обемът му е нараснал с 30 предприятия (от 2675 на 2705), а през 2020 г. – с 33 (на 2 738). Налице е ръст, макар и слаб (с около 1% на година), въпреки пандемията.

Предприятията с условия за инсталиране на ПОС в сектора също бележат слабо увеличение. През 2018 г. броят им е възлизал на 2482 МСП, като през 2019 г. е нараснал на 2514 МСП (с 1.2%), а през 2020 г. той е 2551 МСП (ръст от 1.5% спрямо 2019 г.). Секторът е устойчив, въпреки неблагоприятните външни условия предвид пандемията.

Фигура 26. Сектор „Финансови и застрахователни дейности“ – брой МСП, отговарящи на условията за ПОС, и темп на нарастване



Микропредприятията, които заемат основен дял в структурата на сектора и имат определяща роля, показват слаба възходяща динамика. През 2019 г. броят им е нараснал незначително от 2454 на 2485 (с 1.2%), а през 2020 г. в условията на пандемия – на 2523 (с 1.5%). Малките и средните предприятия в сектора са малобройни. Малките предприятия нарастват от 17 на 19 през 2019 г., а през 2020 г. запазват броя си. Средните предприятия обаче са по-малко устойчиви и намаляват с по 1 предприятие всяка следваща година от периода – от 11 през 2018 г. на 10 за 2019 и на 9 през 2020 г.

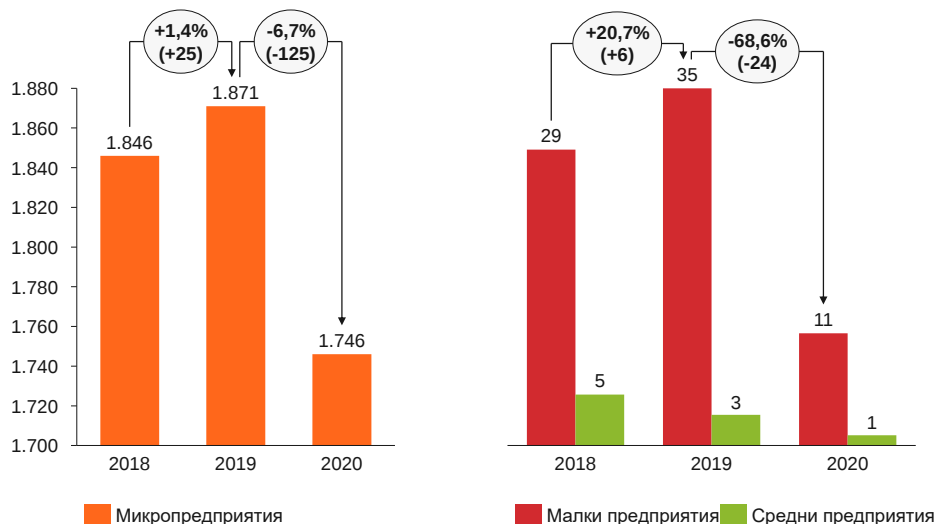
3.2.7. Туристически дейности и дейности, свързани с пътуване

„Туристически дейности“ е секторът с най-малък брой МСП сред секторите, селектирани с оглед на предмета на изследването. Тези дейности обхващат туристическата, агентската и туроператорската дейност, както и дейности, свързани с пътувания и резервации.

Общият наличен пазар на картовите плащания в сектора за периода 2018-2020 г. обхваща едва 0.8% от общия наличен пазар на картовите плащания, като се колебае около тази стойност и през трите години. През 2019 г. обемът му е нараснал с 25 предприятия (от 1981 на 2006), а през 2020 г. е намалял под нивата на 2018 г. със 170 предприятия до 1836 (сериозен спад с 8.5%). Това е секторът, претърпял най-големи щети поради ограниченията на пандемията.

Предприятията с условия за инсталиране на ПОС в сектора също бележат намаление. През 2018 г. броят им е възлизал на 1880 МСП, като през 2019 г. е нараснал на 1909 МСП (с 1.5%), а през 2020 г. е намалял на 1758 МСП (с 8% спрямо 2019 г.), като броят им е под нивата за 2018 г. Така наличният пазар на картовите плащания в областта на туристическите дейности се свива значително.

Фигура 27. Сектор „Туристически дейности и дейности, свързани с пътуване“ – брой МСП, отговарящи на условията за ПОС, и темп на нарастване



Микропредприятията, които са преобладаващи в структурата на сектора, са нараснали незначително през 2019 г. (от 1846 на 1871, или с 1.4%), но през 2020 г., поради ограничителните пандемични мерки и забраните за пътуване, са намалели под нивата на 2018 г. (на 1746, или с 6.7%). Малките предприятия се развиват бурно през 2019 г., като нарастват с 20% (от 29 на 35), но през 2020 г. броят им стремително спада с 68.6% (на 11). Средните предприятия обаче бележат спад още през 2019 г. и то с 40% (от 5 на 3), а през 2020 г. остава само 1 предприятие.

Направеният задълбочен разрез на пазара с условия за приемане на картови плащания от МСП дава възможност да се направят няколко основни извода.

- През 2019 г. общият брой на МСП с условия за инсталиране на ПОС терминал отбелязва слаб растеж или задържа предишните си нива. Тази тенденция се определя от динамиката на микропредприятията, тъй като те са преобладаващи във всички селектирани сектори. Броят им бележи незначителен ръст, с изключение на сектора на фризьорските, козметичните и други услуги, където увеличението е чувствително.

През 2019 г. броят на малките предприятия от селектираните сектори също се увеличава, като ръстът в туристическия сектор е сериозен. В областта на здравеопазването се наблюдава спад на малките предприятия и е ясно изразен при професионалните дейности (юридически, счетоводни и др.)

Броят на средните предприятия в селектираните сектори през 2019 г. показва противоречива динамика от чувствително увеличение при търговските предприятия до значителен спад в туристическия бизнес.

- През първата година на пандемията 2020 г. процесите също не са еднозначни.

Като цяло наличният пазар на картовите плащания бележи значително свиване в областта на търговията, хотелиерството и ресторантьорството и туризма, а при предприятията в областта на здравеопазването, застраховането и отчасти при фризьорските и други услуги, има слаб растеж. Микропредприятията от съответните сектори следват същата тенденция.

Интересна е картината при малките предприятия от селектираните сектори в годината на пандемията. Те се запазват и се разрастват, като спад се наблюдава само в сектора на фризьорските и други услуги, а в туристическия бизнес той е сериозен.

Пандемията е била особено неблагоприятна за средните предприятия от селектираните сектори, чиито брой и без това е доста малък. Те бележат спад, като в някои от секторите оцелява само по 1 средно предприятие. Увеличение има само при професионалните дейности и дейностите от областта на здравеопазването.

По време на пандемията устойчиви се оказват секторите, търсенето на чиито стоки и услуги нараства – здравеопазване, застрахователна и финансова дейност, фризьорски и други услуги. В същото време туристическият бизнес и хотелиерството и ресторантьорството са най-засегнати. Пандемията се оказва пагубна за микро- и средните предприятия в областта на търговията, докато малките отбелязват ръст.

Отбелязаният спад през 2020 г. на наличния пазар на картовите плащания и на пазара с условия за плащане чрез ПОС е логична и очаквана последица от пандемията.

Възможностите за разширяване на приемането на картови плащания в селектираните сектори са главно при микропредприятията, тъй като те са преобладаващи в структурата на пазара.

3.3. Брой на малки и средни предприятия по показател годишен оборот по селектирани сектори

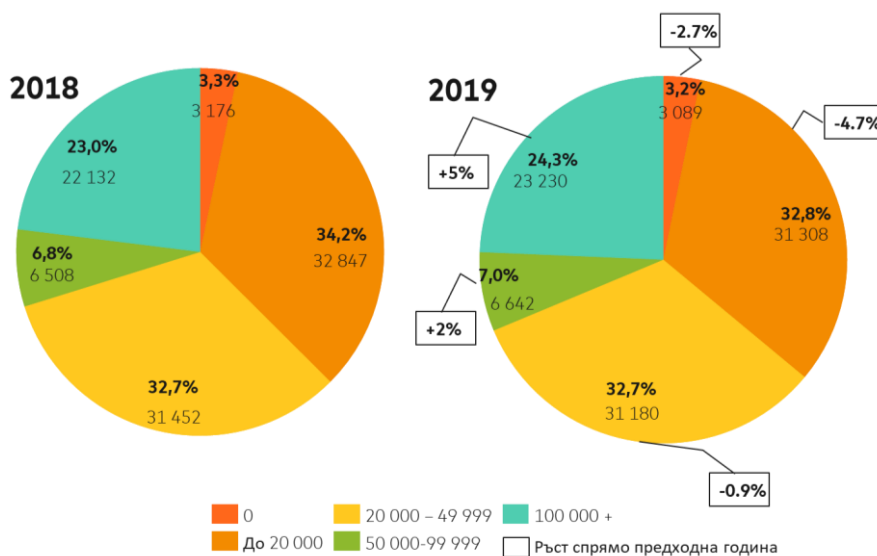
През периода 2018-2019 г. най-голям е броят на МСП с годишен оборот до 20 000 лв. – 134 629 през 2018 г. и 132 447 през 2019 г. (около 30% от всички МСП в страната). Следват предприятията с най-висок годишен оборот – над 100 000 лв., чиито дял от всички МСП също е висок (27-28%). Делът на предприятията с годишен оборот между 20 000 и 50 000 лв. е около 24%. Около 10% от МПС не са реализирали годишен оборот през 2018-2019 г., а делът на реализираните оборот между 50 000 и 100 000 лв. е малко над 8%.

За периода 2018-2019 г. тенденциите на развитие на МСП са възходящи. Докато МСП с нулев годишен оборот и годишен оборот до 20 000 лв. намаляват (съответно с 0.6% и 1.6%), то МСП в групите с по-висока стойност на оборота се увеличават. МСП с годишен оборот между 20 000 и 50 000 лв. са нараснали от 104 139 на 106 656 (с 2.4%). МСП с годишен оборот от 50 000 до 100 000 лв. са се увеличили с 3.7%, а МСП с годишен оборот над 100 000 лв. – с 4%.

Секторът **„Търговия на дребно без търговия с автомобили и мотоциклети“** обхваща най-много МСП, които през 2018-2019 г. се развиват противоречиво. Замразилите дейността си предприятия намаляват с 2.7%, както и предприятията с по-ниски нива на годишен оборот (до 50 000 лв.) – съответно с 4.7% (МСП с годишен оборот до 20 хил. лв.) и 0.9% (МСП с годишен оборот от 20 000 до 50 хил. лв.). МСП с по-високи нива на оборот се увеличават съответно с 2% при оборот от 50 000 до 100 000 лв. и с 5% с оборот над 100 000 лв.

В групите с годишен оборот до 50 000 лв., където е регистриран спадът, функционират най-много МСП, представляващи 67-65.5% от всички предприятия в сектора. Предприятията с оборот над 100 000 лв. са малко под 1/4 (23-24%).

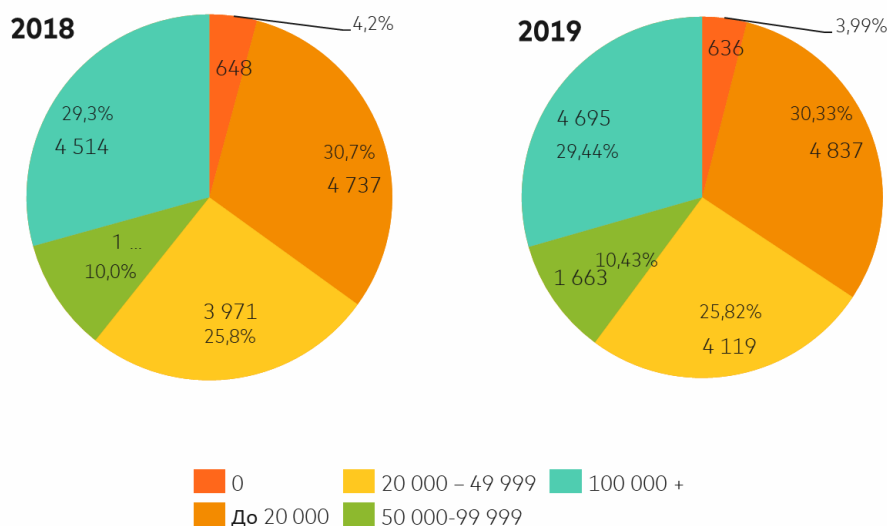
Фигура 28. МСП в сектор „Търговия на дребно без търговия с автомобили и мотоциклети“ по годишен оборот



Секторът „Търговия на едро и дребно с автомобили и мотоциклети“ през изследвания период бележи възходящо развитие. Намалява броят на МСП с нулев годишен оборот, а във всички други групи броят на предприятията се увеличава. Ръстът е най-голям при МСП с оборот от 50 000 до 100 000 лв. (с над 8% или със 125 предприятия). Броят на МСП с оборот от 20 000 до 50 000 лв. и над 100 000 лв. се е увеличил с по около 4% във всяка група (съответно със 148 и 181 предприятия). МСП с най-нисък годишен оборот до 20 000 лв. намаляват с 2%, което е индикация за преминаване в по-горна група.

В този сектор най-много са предприятията с годишен оборот до 50 000 лв. (56% от всички в сектора), а тези с оборот над 100 000 лв. са около 30%.

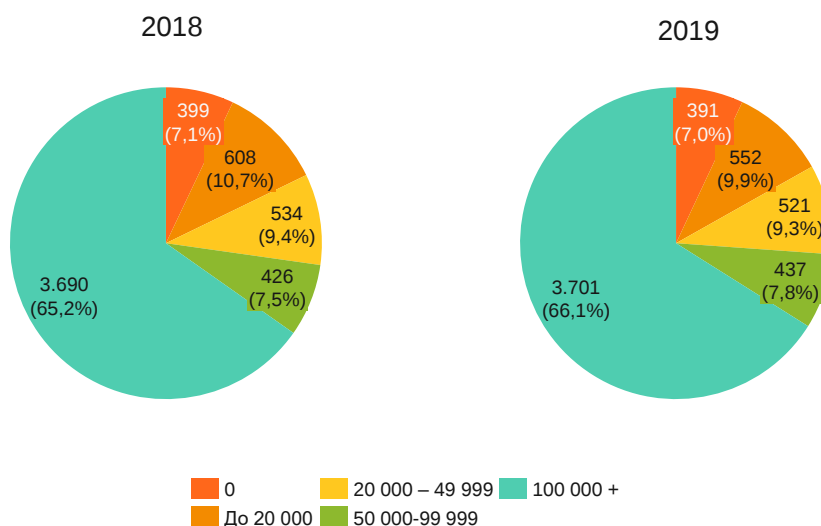
Фигура 29. МСП в сектор „Търговия на едро и дребно с автомобили и мотоциклети“ по годишен оборот



В сектора „Търговия на едро без търговия с автомобили и мотоциклети“ се запазва тенденцията, характерна за търговията на дребно. Намалява броят на замразилите дейността си предприятия и на тези с ниски нива на годишен оборот, а броят на останалите се увеличава. Съществен е спадът при МСП с най-нисък оборот (до 20 000 лв.) – над - 9%, а увеличението при МСП с оборот от 50 000 до 100 000 е над 2%.

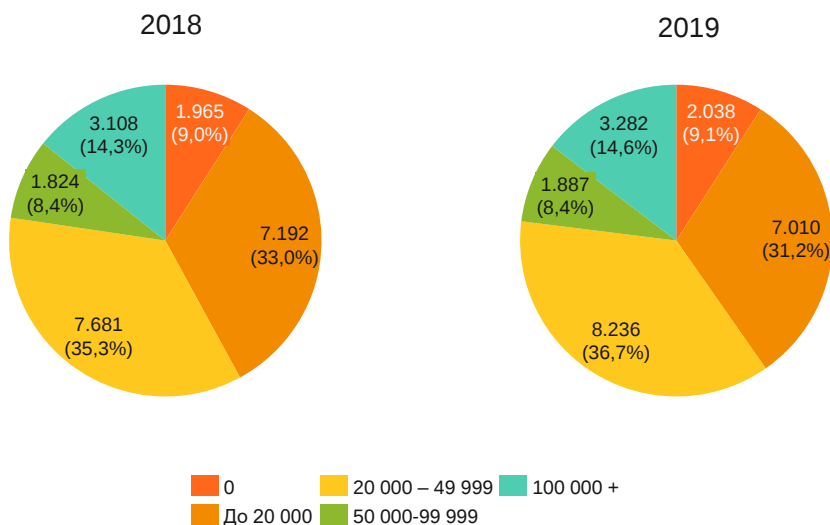
Броят на предприятията с най-висок оборот (над 100 000 лв.) е най-голям в сектора – между 4 и 6 пъти по-висок от този в останалите групи (65-66%). Ръстът им за 2019 г. обаче е минимален (0.3%). Спадът на броя на предприятията с оборот до 50 000 лв. (69 предприятия) е значително по-голям от увеличението им при групите с висок годишен оборот над 50 000 лв. (22 предприятия). Това показва, че само част от МСП от групите с оборот до 50 000 лв. има вероятност да са увеличили годишния си оборот, а останалите са прекратили дейността си.

Фигура 30. МСП в сектор „Търговия на едро без търговия с автомобили и мотоциклети“ по годишен оборот



Секторът „Професионални дейности“ (юридически, счетоводни, одиторски, консултантски и др.) се развива възходящо. МСП с годишен оборот над 20 000 лв. се увеличават значително. Най-много е увеличението в групата с оборот от 20 000 до 50 000 лв. (с над 7%), и в тази с оборот над 100 000 лв. (с почти 6%). Увеличението на предприятията в групата с оборот от 50 000 до 100 000 е близо 4%. Предприятията с най-ниско ниво на годишен оборот намаляват с 2.5%. Наблюдава се обаче и тенденция към нарастване на броя на МСП с нулев годишен оборот (с 3.7%). Това показва, че в сектора се наблюдава разслоение – все повече предприятия замразяват дейността си и обедняват, а друга значителна част се разрастват. Най-много МСП в сектора са с годишен оборот до 50 000 лв. (68%).

Фигура 31. МСП в сектор „Професионална дейност (юридически, счетоводни, одиторски, консултантски и др.)“ по годишен оборот

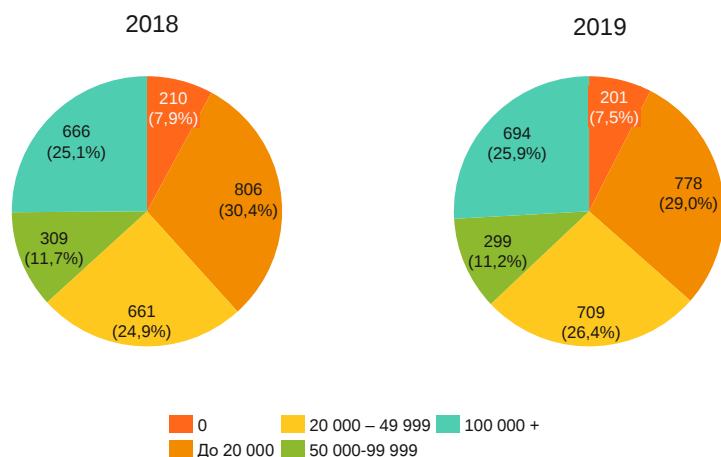


През 2018-2019 г. секторът „Хотелиерски и ресторантьорски дейности“ претърпява сериозно положително развитие. Броят на МСП без регистриран годишен оборот е устойчив – само 1 предприятие се присъединява към тази група. МСП с оборот до 20 000 лв. намаляват с 5.2%, а в групата от 20 000 до 50 000 лв. спадът им е с 1.7%. В същото време увеличението в групите с висок годишен оборот е впечатляващо – с оборот от 50 000 до 100 000 лв. – със 7.4% или със 186 предприятия, а с оборот над 100 000 лв. – с 8.3% или с 538 предприятия.

Най-много предприятия в сектора през периода (60-62%) е имало в групите с годишен оборот до 50 000 лв., където се наблюдава спадът. Увеличението при групите с висок годишен оборот показва, че част от МСП с по-нисък оборот са увеличили печалбата си и са преминали в по-горни групи.

В сектора „Финансова и застрахователна дейност“ през 2018-2019 г. се наблюдава разнопосочна динамика. От една страна, замразилите дейността си предприятия намаляват с над 4%, което е положителна тенденция. В същото време МСП с най-нисък годишен оборот до 20 000 лв. също намаляват (с 3.5% или с 28 предприятия), а МСП в следващата група с оборот от 20 000 до 50 000 лв. се увеличава значително (със 7.2% или с 48 предприятия). От друга страна, предприятията от групата с оборот от 50 000 до 100 000 лв. намаляват с 3% или с 10 предприятия, част от които са преминали в по-горна или по-долна група. Предприятията с годишен оборот над 100 000 лв. се увеличават с 4% или с 28 предприятия.

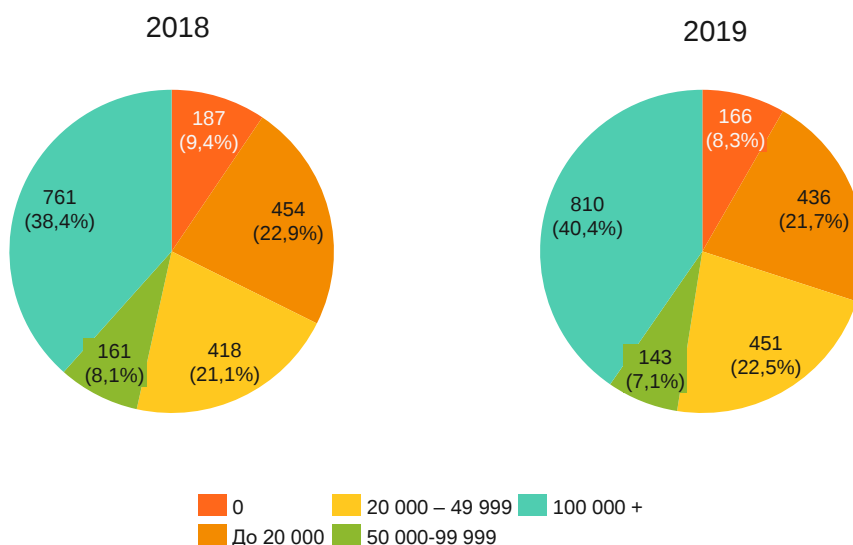
Фигура 32. МСП в сектор „Финансова и застрахователна дейност“ по годишен оборот



В сектор „Административни и спомагателни дейности“ (дейности, свързани с туризъм и пътувания), също се наблюдава разнопосочна динамика. МСП с нулев годишен оборот през 2018-2019 г. намаляват 21 или с 11%, а тези с оборот до 20 000 лв. – с 4% или с 18 предприятия. В същото време чувствително нараства броят на предприятията с оборот от 20 000 до 50 000 лв. (с близо 8% или с 33 предприятия), което е показателно за увеличаване на годишния оборот на част от МСП в сектора. Подобна е картината в следващите две групи. Предприятията с оборот от 50 000 до 100 000 лв. намаляват с 18 или с 11%, тези с годишен оборот над 100 000 лв. се увеличават с 6,4% или с 49. В сектора се наблюдава процес на увеличаване на годишния оборот на предприятията.

В сектора най-голям е делът на предприятията с оборот до 50 000 лв. (44%), който се доближава до този на предприятията с оборот над 100 000 лв. (38-40%).

Фигура 33. МСП в сектор „Административни и спомагателни дейности (дейности, свързани с туризъм и пътувания)“ по годишен оборот

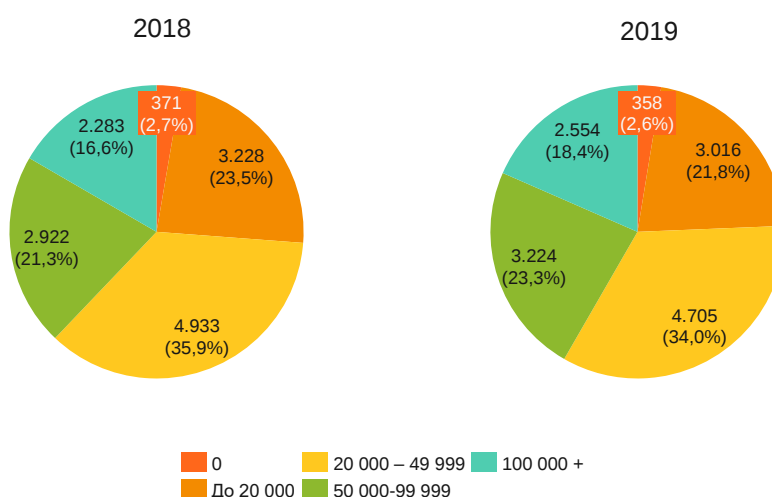


В сектор „Хуманно здравеопазване и социална работа“ развитието е възходящо. Това е секторът, получил най-бурно развитие през периода. Намалява броят на предприятията с ниско ниво на годишен оборот (до 50 000 лв.), а броят на тези с оборот над 50 000 лв. се увеличава значително. МСП с оборот до 20 000 лв. намаляват с 6.6% или с 212, а тези с нива на оборота от 20 000 до 50 000 лв. – с 4.6% или с 223.

В същото време групата с оборот от 50 000 до 100 000 лв. се увеличава с 10% или с 302 предприятия, а тази с оборот над 100 000 лв. – с 12% или с 271. Предприятията с нулев годишен оборот са малко на брой (едва около 2.6% от всички предприятия от сектора) и намаляват с 3.5% или с 13. Изложените данни са доказателство за просперитет в сектора и респективно за извършване на повече плащания, както и плащания с по-високи обеми.

Най-висок е дялът на предприятията с годишен оборот от 20 000 до 50 000 лв. (34-36% от всички предприятия в сектора), а предприятията с годишен оборот до 50 000 лв. са около 56-60%.

Фигура 34. МСП в сектор „Здравеопазване и социална работа“ по годишен оборот



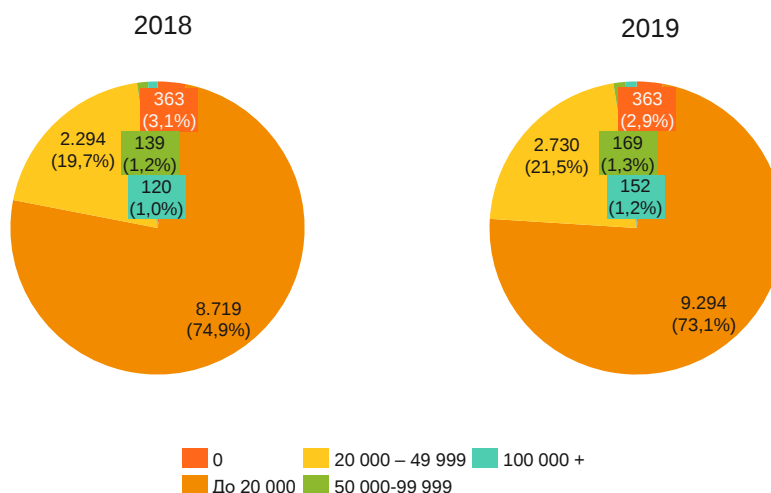
За разглеждания период секторът „Фризьорски и козметични услуги“ е един от най-динамично развиващите се сектори със значение за повишаването на електронните разплащания. При него броят на предприятията с нулев годишен оборот остава непроменен, а във всички останали групи се наблюдава значително нарастване. В сектора с годишен оборот до 20 000 лв. то е 6.6% (или с 575 предприятия). Броят на предприятията с годишен оборот от 20 000 до 50 000 лв. нараства с 19% (или с 436 предприятия), тези с оборот от 50 000 до 100 000 лв. – с 21% (или с 30 предприятия), а тези с оборот над 100 000 лв. – с 26% (или с 32 предприятия).

В сектора най-голям е дялът на предприятията с оборот до 20 000 лв. (73-75%). Трябва да се отбележи, че за периода МСП в сектора са нараснали общо с 1072 (9.2%), като всички са имали регистриран годишен оборот.

Горните резултати показват, че при нормални условия пазарът на картови плащания с възможности за ПОС расте, като увеличение се наблюдава и в кризисни ситуации (пандемията от COVID 19) в отделни сектори, когато търсенето на определени услуги или стоки се увеличава. Това е аргумент в подкрепа на основната теза на изследването и на втората хипотеза, че въпреки изоставането по основните макро- и

микроикономически показатели, в България са налице предпоставки и условия за разширяване на електронните плащания в тези сектори и за изсветляване на паричните потоци.

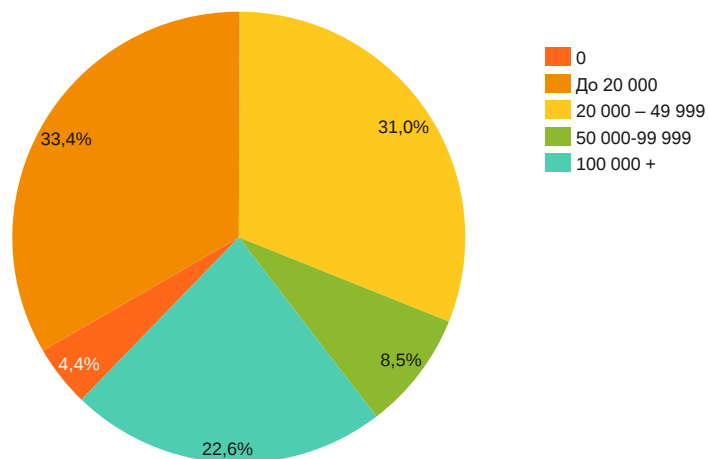
Фигура 35. МСП в сектор „Фризьорство и козметика“ по годишен оборот



Динамика на общия брой на МСП от селектираните сектори по показател годишен оборот

През 2018-2019 г. динамиката на общия брой на МСП от селектираните сектори от извадката по показател годишен оборот е положителна и следва тенденциите на динамиката при всички МСП, като в групите с висок годишен оборот бележи по-високи стойности.

Фигура 36. Дял на общия брой МСП от секторите в извадката по годишен оборот



Данните показват, че през периода 2018-2019 г. най-много МСП от селектираните сектори със значение за увеличаване на електронните разплащания са регистрирали **годишен оборот до 20 000 лв.** Те представляват над 33% от общия брой МСП в извадката. За една година броят им намалява с 2,8% (или с 1796 предприятия). В тази група броят на предприятията намалява във всички разглеждани сектори, с изключение

на сектор Фризьорски и козметични услуги, където МСП са нараснали с 6.6%, и Търговия на едро и дребно с автомобили, където ръстът им е 2%. Най-значителен е спадът в търговията на едро (9.2%), в сектора на хуманното здравеопазване (6.6%), на хотелиерството и ресторантьорството и търговията на дребно (около 5%).

Групата с **оборот от 20 000 до 50 000 лв.** е следваща по значимост и включва 31% от селектираните в извадката МСП. Предприятията в нея бележат ръст общо с 2.5%. В повечето сектори се наблюдава увеличение на МСП от тази група, като в областта на фризьорските и козметичните услуги ръстът е 19%, а при финансовите и застрахователните дейности, административните и спомагателни и професионалните дейности ръстът е над 7%. Спад има в секторите в областта на търговията (между 1% и 2%), както в МСП в областта на здравеопазването.

Групата с **годишен оборот между 50 и 100 000 лв.** не е толкова многобройна и съдържа около 8.5% от всички селектирани МСП. Тази група е бързо развиваща се и за една година е нараснала с 5% (или с 813 предприятия). В повечето селектирани сектори се наблюдава увеличение, като най-голямо то е при фризьорските и козметичните услуги (21.6%), хуманното здравеопазване (над 10%), търговията с автомобили (8%), хотелиерство и ресторантьорство (над 7%). При административните и спомагателните дейности се наблюдава спад от 11.2%, а в сектора на финансовите и застрахователните дейности – 3.2%.

Впечатляващ е броят на МСП от селектираните сектори със значение за увеличаването на електронните разплащания в групата с най-висок **годишен оборот – над 100 000 лв.**, които съставляват над 1/5 (22.6%) от всички МСП в извадката. За една година те са нараснали с над 5% (или с 2382).

Най-малобройна е групата на МСП с **нулев годишен оборот** (около 4% от МСП в селектираните сектори). Спадът в нея е общо 0.9% и това е знак за преминаване на МСП в групите с регистриран годишен оборот или за прекратяване на дейността. Спадът се наблюдава във всички сектори, с изключение на сектор Професионални дейности, където има увеличение на МСП с близо 4% (или със 73 предприятия). Най-значително е намалението на броя на предприятията при административните и спомагателни дейности (туризма) (с 11%) и при финансовите и застрахователни дейности (с 4%).

Резултатите показват, че като цяло броят на предприятията с условия за картови плащания с по-висок годишен оборот (от 20 000 до над 100 000) нараства, докато броят на предприятията с нулев оборот и такъв до 20 000 лв. намалява. Подобен процес доказва съществуването на развиващ се пазар, представляващ обективна предпоставка за разширяване на картовите плащания.

4. Дигитализация и малките и средните предприятия

4.1. Дигитализацията на малките и средните предприятия като предпоставка за използване на електронни разплащания

Електронните разплащания са елемент от цялостния процес на дигитализация на икономиката. За да ги внедрят и използват, МСП трябва да отговорят на някои предварителни условия, като усвоят и приложат в дейността си информационните технологии, а в бъдеще и тези от ново поколение. Те трябва да си осигурят надеждна връзка и възможност за работа в интернет среда, да инсталират интелигентни устройства, чрез които да осъществяват плащанията, специализиран софтуер, позволяващ продажби и покупки от разстояние и във виртуална среда, необходимите

защитни механизми за гарантиране на сигурността на плащанията и на личните данни на потребителите и др. МСП трябва да си осигурят възможност за работа с цифрова информация и да изведат от експлоатация старите технологии и бизнес процеси, или да интегрират новите, като постигнат оперативна съвместимост.

През 70-те години на XX век развитието на компютърните технологии позволи въвеждането на банкомати за извършване на трансакции на самообслужване. До 80-те години на XX век електронни трансакции се реализираха главно чрез картови схеми. По-нататъшното технологично развитие през 90-те години на XX век доведе до възможност за осъществяване на дистанционни плащания, без да се използват чекове и поща. Широкообхватното навлизане на интернет след 2000 г. подпомогна разпространението на платежните карти и нарастването на алтернативни доставчици на плащания за извършване на онлайн плащания.

С развитието на електрониката, информационните технологии и автоматизацията на производството, съвременните платежни механизми стават все по-достъпни за МСП, за да автоматизират, ускорят или премахнат риска за сигурността на плащанията и да направят по-добро клиентското преживяване за всички участващи в платежния процес. В продължение на десетилетия технологията е ключов фактор за напредъка в цялата индустрия и в рамките на финансовите услуги. развитието на различните видове плащания е пряко следствие от технологиите, които правят възможни нови начини за извършване на трансакции. Тази т.нар. *paytech* индустрия се определя като подраздел на индустрията на финансовите технологии (*fintech*). Тя е фокусирана върху трансакции и плащания, включващи използването на технологии, и извършва революция в плащанията. В същото време дигитализацията дава възможност за предлагане на персонализирани платежни услуги към МСП и им предоставя достъп до предложения, съобразени с техните нужди, недостъпни за тях по-рано.

Paytech революцията позволи на съвременните цифрови плащания да се справят с рискове, свързани с тяхната скорост, ефективност и защитеност. Тя предоставя отлично потребителско изживяване и значителни възможности за МСП да оптимизират своя бизнес. Не всички МСП се възползват от новостите, предоставени от т.нар. B2B (бизнес към бизнес) плащания, които биха могли да им помогнат с ограничени усилия от тяхна страна да отключат скрит потенциал за повече продажби, добавена стойност и по-малко разходи.

Започналата вече четвърта индустриална революция, базирана на сливането на технологиите, заличава границите между физическата, биологическата и дигиталната сфера. Тя води до повишаване на глобалните доходи и подобряване на качеството на живота. Това се разбира най-добре от хората с достъп до дигиталния свят, които могат да ползват продукти и услуги с по-малко усилия и разход на време. Очаква се в бъдеще технологичните нововъведения да доведат до значителни подобрения и в икономиката на потреблението. Транспортните и комуникационните услуги ще поевтинят, логистиката и глобалните вериги за доставки на стоки и услуги ще станат по-ефективни, в резултат от което цените им ще се понижат значително. Това създава възможности за откриване на нови пазари и води до по-висок икономически растеж.

Четвъртата индустриална революция е основен градивен елемент на дигиталната икономика, наричана още цифрова икономика, и тези понятия навлизат постепенно през последните години в икономическия, социалния и политическия живот на обществото.. Те се основават на ефективни и новаторски интернет услуги, изградени на основата на високоскоростни съобщителни мрежи с уникалната способност да стимулират растежа и заетостта в обществото. Информационните и комуникационните технологии вече не

са отделен сектор, а представляват основата на всички модерни и новаторски икономически системи. Навлизайки все по-широко в отделните сектори на икономиката и обществото, интернет и цифровите технологии преобразяват живота на неговите членове и традиционните форми на работа – в личната сфера, в бизнеса и в отделните общности. При цифровия единен пазар е гарантирано свободното движение на стоки, услуги, хора и капитали, в резултат от което гражданите и предприятията имат свободен достъп до онлайн дейности. Това става в условията на лоялна конкуренция и високо равнище на защита на личните данни и на данните на потребителите, независимо от тяхната националност или място на пребиваване.

В настоящото десетилетие дигитализацията допълнително премества плащанията от физическата сфера във виртуалната чрез мобилни приложения за плащане и със софтуерни приложения за приемане на картови разплащания. Въпреки че тази промяна улеснява и ускорява извършването на плащания, тя едновременно поставя и някои рискове за сигурността, чието неутрализиране може да се види с навлизането на токенизацията, криптирането и анонимизацията на картовите данни. Така извършването на плащане става все по-безпроблемно, дори невидимо, тъй като физическите инструменти за инициране на плащания са включени в приложения и в други цифрови процеси.

Исторически сложната и скъпа инфраструктура, необходима за да се осигури безопасността, сигурността и надеждността на плащанията, до скоро предлагаше на бизнеса само общи решения за плащане. Технологиите не бяха достатъчно гъвкави, за да може да позволи персонализирането на платежните продукти според неговите нужди. Развитието на приложните програмни интерфейси (API) за дигитализация и отворена архитектура, в съчетание със съпътстващата регулаторна среда в Европа, позволи на доставчиците на финансови услуги да разработят персонализирани B2B решения по отношение на МСП за плащане, които да се справят с възникващите проблеми.

Тези услуги често се възползват от съществуващата платежна картова инфраструктура, за да гарантират сигурност (например с приложения за мобилни плащания), или да добавят стойност като използват съществуващите възможности, предлагани от традиционния сектор на финансови услуги, като програми за лоялност и възнаграждения, иновативни начини за подобряване на икономическата стойност, получена от потребителите.

Както в много области, иновациите в плащанията също се характеризират с миграция от физическата сфера към цифровата. МСП могат да добавят стойност към своя бизнес днес чрез достъп до цифрови иновации, които могат значително да подобрят ефективността на B2B и B2C (бизнес към краен клиент) плащания.

Една от най-значимите промени за МСП днес е свързана с напредъка в цифровизацията на иницирането на плащания, платежната инфраструктура и информацията. Дигиталните плащания вече не изискват представяне на физически инструмент. Вместо това те могат да използват цифрови или виртуални картови акаунти, които позволяват плащане чрез цифрови портали, мобилни приложения, социални мрежи и API. Много от тези иновации използват съществуващата картова инфраструктура, тъй като тя осигурява бърз, надежден и сигурен начин за клиринг и сетълмент на плащания.

Технологията на блокчейн/distributed ledger technology също позволява бързи плащания от типа peer-to-peer (преводи на електронни пари от едно лице към друго чрез посредник, които могат да се изпращат и получават чрез мобилно устройство или

компютър с достъп до интернет, като алтернатива на традиционните методи на плащане), особено при трансгранични плащания.

Но изглежда от най-голямо значение за цифровите плащания за МСП е начинът, по който свързаната информация може да се използва за предоставяне на услуги с добавена стойност. Това позволява на финансовите институции и банките да предлагат иновативни програми за лоялност или възнаграждения, за да стимулират бързото плащане, като в същото време осигуряват основа за автоматизация на процесите, подобро съгласуване и по-добър бизнес анализ за клиентите си.

Динамиката на сегмента на електронните разплащания от последните години налага въвеждане на решения за плащане, подходящи за специфичните нужди на собствениците на МСП в различните отрасли.

Настоящото проучване установи, че електронните разплащания от МСП досега не са били предмет на задълбочено изучаване в България, както и на европейско ниво. Въпреки че съсредоточава фокуса си върху процесите на дигитализация в МСП, Годишният доклад на ЕС за МСП/2021 г. не изследва доколко МСП са ориентирани към въвеждане и използване на електронни разплащания. Базите данни на Евростат и ОИСР – „ИКТ в предприятията“ предоставят само информация за дигитализацията на малките и средните МСП, като 2019 г. е последната година, за която има налична информация в двете бази данни.

Въпреки това наличната информация относно въвеждането на различни инструменти на дигитализацията от МСП би била един от индикаторите за състоянието и по-нататъшното развитие на електронните плащания, както и на икономическите и социалните процеси, свързани с тях.

Данните на Евростат показват, че през 2019 г. цифровите инструменти се използват най-много от големите предприятия в ЕС, като делът намалява при средните и е най-нисък при малките. Според изследването на Евробарометър 2020/2021, много повече микропредприятия в сравнение с малките и средните предпочитат да се фокусират върху основните цифрови технологии, а не върху напредналите (36.5% микропредприятия спрямо 29.2% малки и 26.9% средни).

Освен това, 20.3% от микропредприятията в ЕС са на мнение, че няма нужда да въвеждат всякакви цифрови технологии. Те смятат, че дигитализацията не им е полезна или необходима, или че разходите за нея надвишават ползите. Само 15.8% от малките предприятия и 9.8% от средните споделят подобно мнение. Следователно част от МСП в ЕС заемат изчаквателна позиция по отношение на новите технологии и ги приемат с известен скептицизъм.

Много по-малък е делът на микропредприятията, които възнамеряват да въведат модерни цифрови технологии или вече са въвели такива (19.9% микропредприятия срещу 29.9% малки и 37.5% средни).

4.2. Уязвимости на малките и средните предприятия в България по пътя на цифровизацията

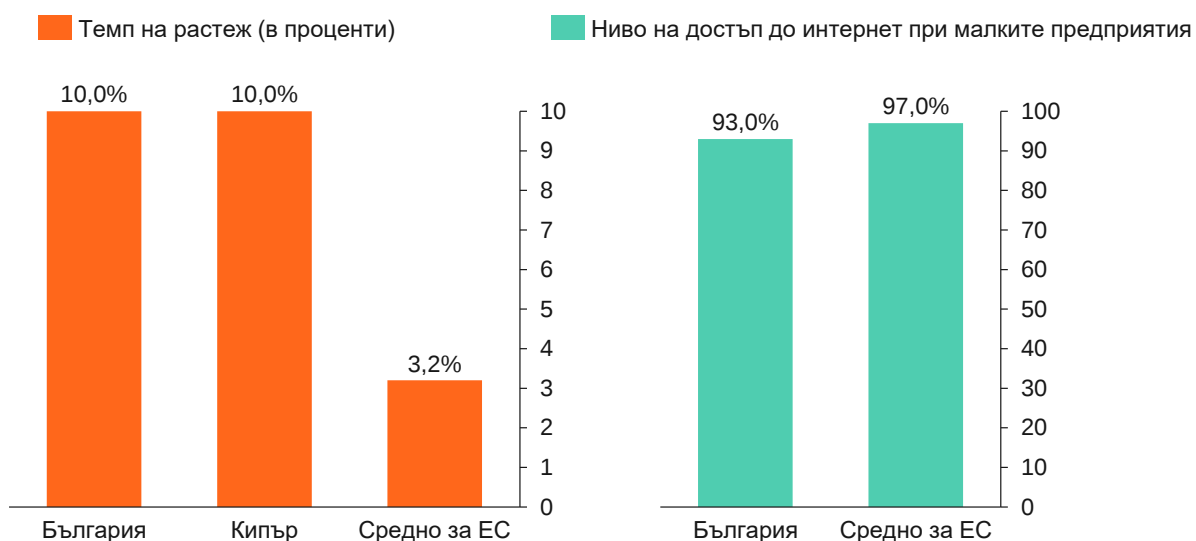
Предлагането и използването на електронни плащания и в частност на картови плащания от МСП е процес, зависещ от степента на цифровизация на МСП и използването на различни дигитални инструменти. Тяхното внедряване и използване от МСП може да бъде разглеждано като индикатор за готовността им за въвеждане на

електронни плащания и бързо настъпващите иновации в тях.¹²³ От съществено значение за извършване на електронни плащания са следните дигитални инструменти:

Използване на компютри

През 2019 г. като цяло в ЕС огромното мнозинство (почти 100%) от малките, средните и големите предприятия използват компютри. За периода 2010-2019 г. се отчита особено **висок растеж** на България в това отношение за малките предприятия (7.2 пр.п. при средно ниво за ЕС 2%). По този показател страната се нарежда на първо място в ЕС. Въпреки това, със своите 95% от малките МСП, които използват компютри в своята дейност, България остава под средното ниво за ЕС (98%).¹²⁴

Фигура 37. Достъп до интернет в ЕС, 2010-2019 г.



Достъп до интернет

По отношение на достъпа до интернет, България също е в челните места в ЕС по темп на растеж в периода 2010-2019 г. Тя дели първото място с Кипър с 10% увеличение при 3.2% средно ниво за ЕС. Въпреки това, с 93% ниво на достъп до интернет при малките предприятия, тя остава под средното европейско ниво (97%).

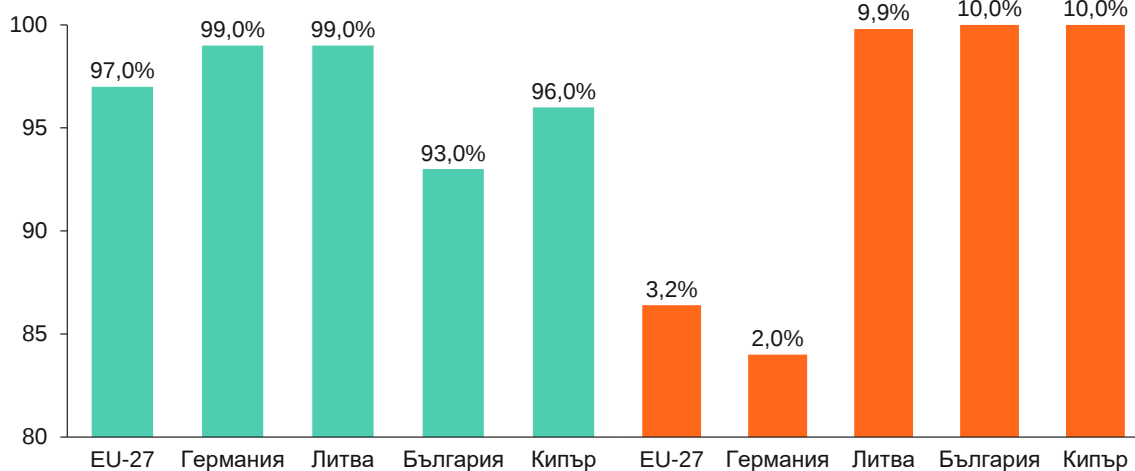
През 2019 г. България е сред последните четири страни, които са под средното ниво на достъп до интернет на ЕС (95%) по отношение на малките предприятия, въпреки че е отбелязала втория най-висок растеж на развитие по този показател през периода 2010-2019 г. (с 10 пр.п.) заедно със Словакия и Латвия.¹²⁵

¹²³ Изложените данни са от Евростат; Annual Report on European SMEs.2020/2022; Digitalisation of SMEs. SME Performance Review 2020/2021. EASME/COSME/2020/SC/001. Данните са малки и средни предприятия. Не е налична информация за микропредприятията.

¹²⁴ Данни на Евростат. Annual Report on European SMEs.2020/2022; Digitalisation of SMEs. с. 140, Фигура 77.

¹²⁵ Annual Report on European SMEs.2020/2022; Digitalisation of SMEs. с. 141, Фигура 78, 79. В цитираното изследване, направено във връзка с дигитализацията на МСП за годишния доклад на ЕС за МСП 2020/2021 г., не са налични данни за микропредприятията.

Фигура 38. Средно ниво на достъп до интернет в ЕС по отношение на малките предприятия, 2010-2019 г.

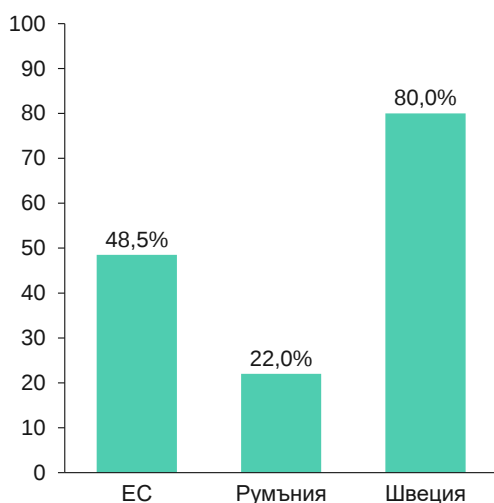


Фигура 39. Растеж на развитие на нивото на достъп до интернет в ЕС по отношение на малките предприятия, 2010-2019 г.

Използване на широколентов интернет

В ЕС средно 48.5% от малките предприятия използват широколентов интернет, като той варира значително в държавите-членки – от 22% в Румъния до 80% в Швеция. България е сред страните, които бележат малко под средното ниво на нарастване на ползването на широколентов интернет за периода 2010-2019 г. – с 6.6 пр.п. (40% от малките предприятия срещу 50% средно за ЕС).¹²⁶

Фигура 40. Използване на широколентов интернет



Фигура 41. Използване на широколентов интернет от малките предприятия за периода 2010-2019 г.



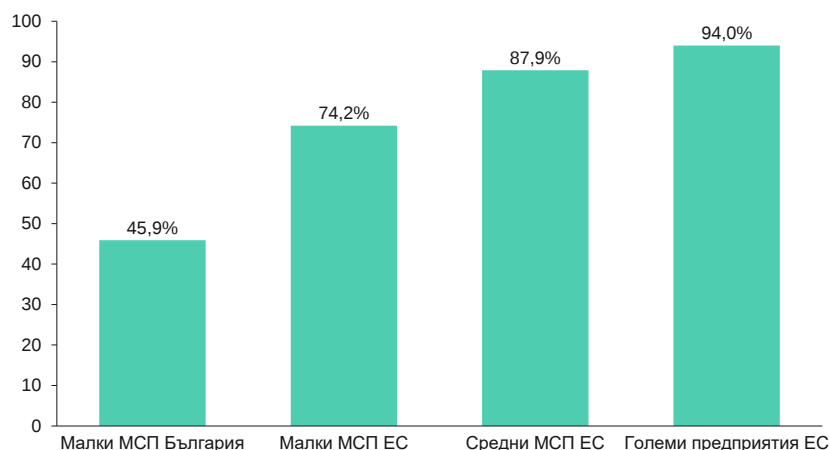
¹²⁶ Пак там, с. 142, Фигура 80.

Използване на уебсайт

Данните на Евростат за 2019 г. показват, че ползването на уебсайт зависи от вида на предприятието. Най-малък е дялът на малките предприятия в ЕС с уебсайт (74.2%). Следват средните (87.9%) и големите предприятия (94%).

В България се констатира една от най-високите разлики в ЕС между използването на уебсайт от големите и малките предприятия (38.6% при 19.8% средно за ЕС), както и едно от най-ниските нива на използване на уебсайт от малките предприятия (45.9% при 74.2% средно за ЕС).¹²⁷

Фигура 42. Ползване на уебсайт от МСП в ЕС



Функционалности на уебсайта

Част от българските предприятия са внедрили и използват активно наблюдаваните от ЕК функционалности на своя уебсайт.

Разликата между МСП и големите предприятия при използване на различни функционалности на уебсайта в България, както и в ЕС, е очевидна. В България тази разлика варира в полза на големите предприятия от близо 20% при описанието на стоки, услуги и цени, до 3.8% при възможностите за персонализиране и дизайн от посетителите на стоките и услугите.

Таблица 1. Използване на функционалности на уебсайт от МСП и големи предприятия в България (%)

	Описание на предлагани стоки/услуги, ценова листа		Възможност за персонализиране от посетителите на стоки/услуги		Онлайн проследяване на поръчките		Персонализиране на данни за редовните клиенти		Онлайн поръчки, резервации, вкл. пазаруване с карти		Информация за поведението на посетителите, вкл. реклами и удовлетворение на клиента	
	МСП	Големи предприятия	МСП	Големи предприятия	МСП	Големи	МСП	Големи	МСП	Големи	МСП	Големи
МСП BG	39.6	58.4	4.5	8.3	8.0	13.9	5.1	10.1	13.2	17.6	12.4	23.5
Разлика големи-МСП		18.8		3.8		5.9		5.0		4.4		11.1
Средно за ЕС	51.5	69.1	7.8	16.0	8.7	20.8	8.2	20.2	18.5	30.0	17.7	38.6

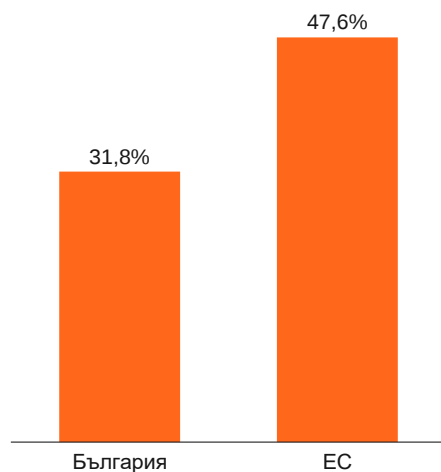
¹²⁷ Пак там, Фигура 82.

Източник: Евростат. Не е налична информация за микропредприятията.

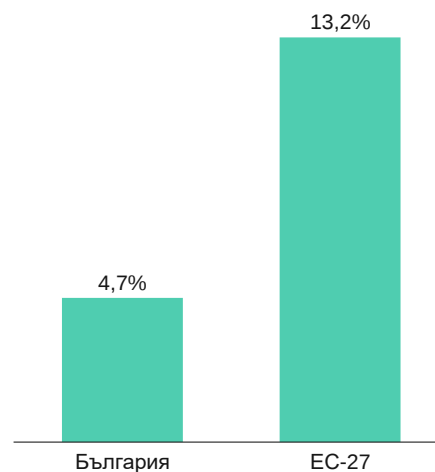
В сравнение с другите европейски държави, в България нивото на внедряване на наблюдаваните функционалности е ниско. Броят на българските МСП, които ги използват, е под средния за ЕС, с изключение на онлайн проследяването на поръчки, чиято стойност е около средното ниво за ЕС.¹²⁸

Освен това през периода 2014-2019 г. България заема предпоследно място в Европа (преди Румъния) по брой на МСП, които използват различни видове социални медии. По този показател през 2019 г. България е с 31.8% от МСП, далеч под средното европейско ниво (47.6%). Незначителен брой (едва 4.7%) от МСП¹²⁹ в България (най-ниският резултат за Европа) използват социалните медии за привличане на клиенти в процеса на развитие и внедряване на иновации при предоставяне на услуги или стоки.

Фигура 43. Брой на МСП, които използват различни видове социални медии, 2014-2019 г.



Фигура 44. Използване на социални медии от МСП за привличане на клиенти в процеса на развитие и внедряване на иновации при предоставяне на услуги или стоки, 2019



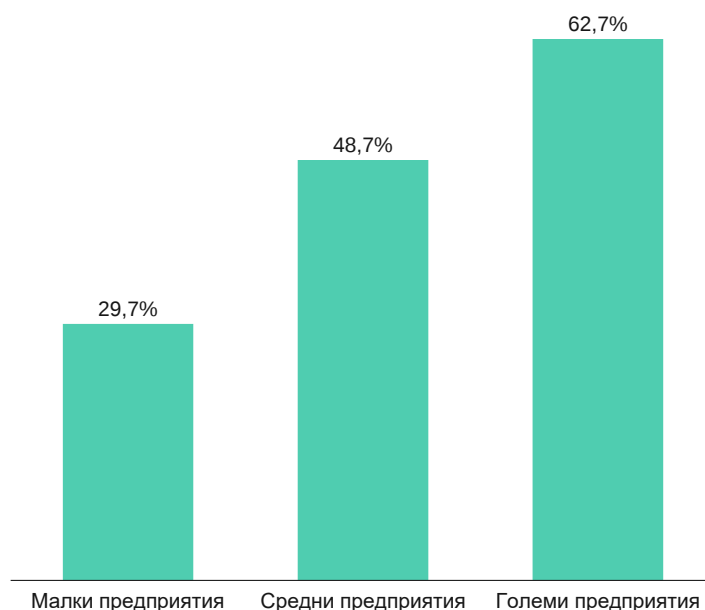
Използване на CRM софтуер

Предприятията използват софтуерни решения за свързване на веригите за доставки, които позволяват автоматизирано управление на взаимоотношенията с клиентите им (CRM). Процентът на предприятията, използващи подобни софтуерни решения в ЕС, нараства от 2010 до 2019 г. През 2019 г. такъв софтуер е използван средно от 29.7% от малките предприятия, 48.3% от средните и 62.4% от големите предприятия.

¹²⁸ Пак там, с. 146, Таблица 35.

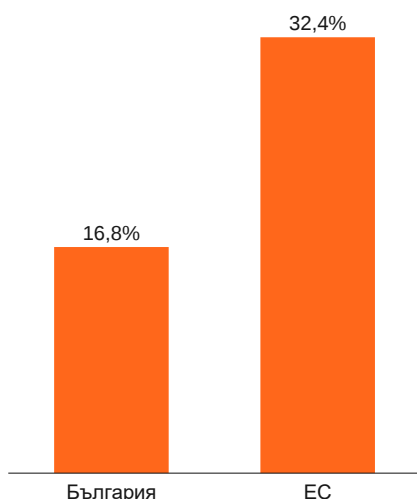
¹²⁹ Пак там, с. 147, Фигура 86; с.150, Таблица 36. В данните са включени малките и средните предприятия. И тук Евростат не разполага с данни за микропредприятията.

Фигура 45. Използване на CRM софтуер от предприятия в ЕС, 2019 г.

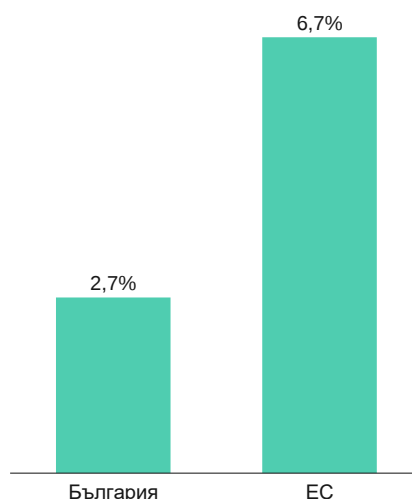


В България през 2019 г. едва 16.8% от малките и средните предприятия използват CRM софтуер, далеч под средното ниво за ЕС (32.4%). Нарастването им през периода 2010-2019 г. също е ниско (с 2.7% при 6.7% средно ниво на нарастване за ЕС). Както е видно, специализираният софтуер за управление на клиентите и доставките се използва слабо от българските МСП.¹³⁰

Фигура 46. Използване на CRM софтуер от МСП, 2019 г.



Фигура 47. Нарастване на използването на CRM софтуер от МСП за периода 2010-2019 г.



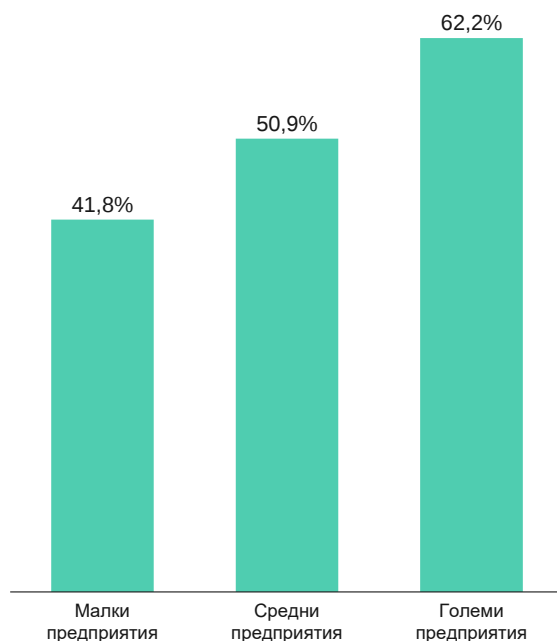
Пазаруване онлайн

Делът на предприятията в ЕС, които купуват онлайн, се е увеличил от 2010 г. до 2017 г. Този дял през 2019 г. е още по-висок при големите предприятия (62.2%), отколкото при

¹³⁰ Пак там, с. 153, Фигура 93

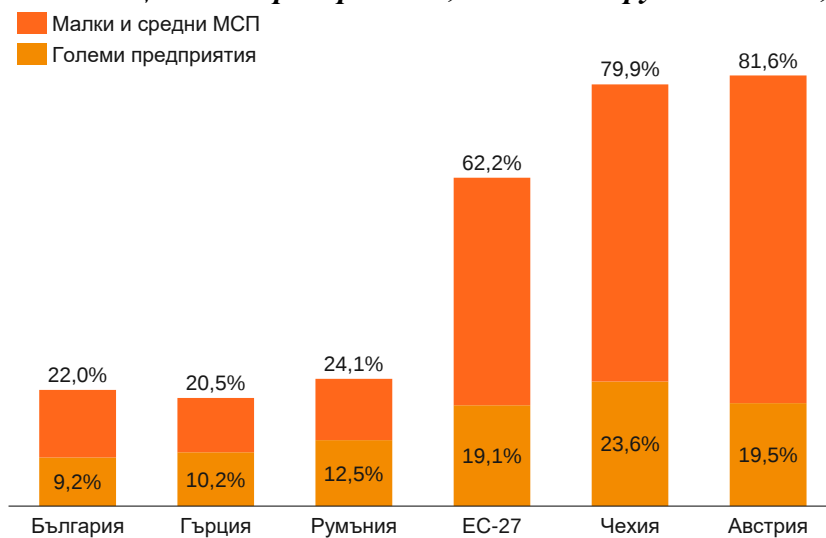
малките (41.8%) или средните предприятия (50.9%), или средна стойност 43.1% от МСП.

Фигура 48. Дял на предприятия в ЕС, които купуват онлайн, 2019 г.



България и по този показател дели последните места с Румъния и Гърция, като само 12.8% от българските МСП купуват онлайн. Подобна е картината и при големите предприятия в България, чиито дял в пазаруването онлайн е едва 22%, докато държавите в началото на класацията отчитат дял над 75%.¹³¹

Фигура 49. Общ дял на предприятия, които пазаруват онлайн, 2019 г.

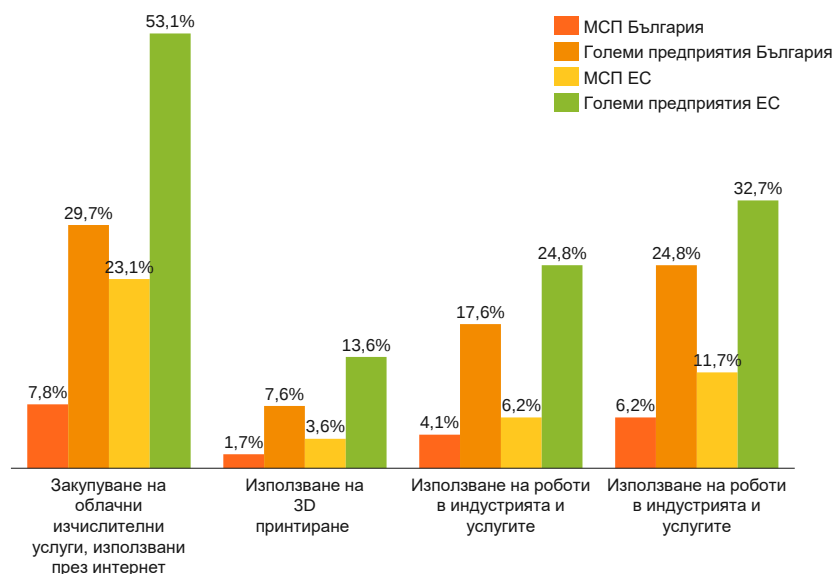


Иновативни технологии

¹³¹ Пак там, с. 159, Фигура 103.

Иновативните технологии все още слабо се внедряват и използват от българските МСП. България е последна в ЕС по отношение на закупуване и използване от МСП на облачни технологии (7.8%) – най-използваната услуга от МСП в ЕС. Тя е следвана от услугата за анализиране на големи данни от всякакви източници, което в България също се използва от МСП далеч под средното ниво за ЕС (6.2% срещу 11.7% средно за страните-членки). В България използването на 3D технологии и роботи за индустриални цели или за предоставяне на услуги също е под средните стойности за ЕС – съответно 1.7% срещу 3.6%; 4.1% спрямо 6.2% средно за ЕС).

Фигура 50. Използване на иновативни технологии от МСП



Източник: Евростат. Не е налична информация за микропредприятията.

Значима е разликата в използване на иновативните технологии от големите и малките и средните предприятия в България – около и над 20% в полза на големите предприятия по отношение на закупуване на облачни технологии и при анализа на големи данни; 13.5% разлика в областта на роботизацията, и 5.9% – при 3D технологиите. Въпреки това големите български предприятия също са далеч под средното ниво на използване на иновациите от останалите държави-членки в ЕС.

България е в групата на държавите-членки (Гърция, Унгария, Италия, Латвия, Полша, Румъния и Словакия) с ниски нива на дигитализация на МСП. Тя изостава най-много в процесите на цифровизация и има най-ниско ниво на използване на основните и иновативните технологии.

Дигитализацията на МСП е инструмент за бизнес развитие с основно значение. Чрез нея МСП допринасят за превръщането на икономиката на ЕС в устойчива, движена от информационни технологии от ново поколение, които бележат Новата индустриална революция. Изложените данни на Евростат показват, че нивото на дигитализация варира значително в различните видове МСП. Най-голяма е степента на дигитализация на големите предприятия, следвани от средните и малките, а при микропредприятията нивото е доста по-ниско.

Немалка част от МСП в ЕС, особено микропредприятия (над 1/3), са на мнение, че дигитализацията не е полезна или необходима за тях, или смятат, че разходите надвишават ползите.

Степента на цифровизация на малките и средните предприятия в България изостава значително. Внедряването и използването на дигитални инструменти, необходими за електронни разплащания, е под средните нива за ЕС, а в редица случаи българските МСП са сред последните в ЕС.

Въпреки показания сериозен напредък от българските МСП в развитието на процесите на дигитализация в сравнение с 2010 г., те остават далеч под средните европейски нива в сравнение с другите държави-членки по отношение на прилагането на ключовите инструменти на дигитализацията, представляващи важна предпоставка за по-нататъшното развитие на електронните плащания. Такива са използването на компютри, достъпът до интернет, включително широколентов, създаване на собствен уебсайт, както и ползването на модерни функционалности, на специализиран софтуер за управление на доставките и клиентите, онлайн пазаруването и иновативните технологии – облачни, анализ на големи данни, роботизация и др.

Кризата с COVID-19 разкри уязвимостите на българските МСП, както при основните им икономически показатели, така и при процесите на дигитализация, които изостават чувствително от средноевропейските. Това е и една от причините за недостатъчното използване на електронните и в частност картовите разплащания в България от МСП. Тази криза обаче имаше и позитивна страна – през 2020-2021 г. тя тласна напред онлайн търговията в страната, а с това и използването на нови електронни платежни инструменти и иновативни технологии за плащане.

Резултатите показват, че ниската степен на дигитализация на МСП се нарежда сред основните причини за недостатъчното използване на електронните и в частност на картовите разплащания.

4.3. Развитие на електронната търговия

Развитието на електронната търговия внася значителни промени в сектора на МСП. Чрез нея се насърчават конкуренцията и иновациите и навлизането на нови бизнес модели. До края на 2019 г., преди появата на пандемията на COVID-19, онлайн търговията бележи бавен напредък в границите на ЕС. В периода 2009-2017 г. нейният дял се е увеличил само с 2.2% (Европейска Комисия, 2019; Таков, 2021, с. 10-12), защото 80% от търговците на дребно срещат трудности и не извършват продажби онлайн. В съответствие със Стратегията за цифров единен пазар за Европа¹³², ЕК предприема стъпки, за да облекчи приспособяването им към цифровата ера. Част от трудностите са свързани с блокирането на географски принцип (дискриминационна практика, която не позволява на онлайн клиентите да получават достъп до продукти или услуги и да ги купуват от уебсайт, установен в друга държава-членка), с услугите за трансгранична доставка на колетни пратки и модернизирането на системата на ДДС.¹³³ Приемат се важни европейски документи в областта на ефективното данъчно

¹³² Стратегия за цифров единен пазар за Европа, COM(2015)192 final.

¹³³ Регламент (ЕС) 2018/302 от 28 февруари 2018 г. относно блокирането на географски принцип; Регламент относно услуги за трансгранична доставка на колетни пратки [влиза в сила през май 2018 г.; Директива 2017/2455 от 5 декември 2017 г. за изменение на Директива 2006/112/ЕО и Директива 2009/132/ЕО по отношение на някои задължения, свързани с данъка върху добавената стойност, приложими при доставките на услуги и дистанционните продажби на стоки и други.

облагане на цифровата икономика и за гарантиране на независимостта на платежните картови схеми и обработващите субекти.¹³⁴

Онлайн търговията има голямо значение за преодоляване на някои от основните пречки, пред които са изправени МСП, като ограничения на достъпа до трансгранична търговия и голямото разнообразие от правила, с които търговците на дребно трябва да се съобразяват на местно ниво. При онлайн търговията се премахват рестриктивните изисквания, свързани с размерите и разположението на физическите магазини, стимулирането на продажбите и каналите за разпространение, данъчното облагане, снабдяването,¹³⁵ както и липсата на правна сигурност, твърде дългите, сложни и несигурни процедури за създаване на търговски обекти и др. Спазването на регулациите в търговията на дребно поражда разходи (т.нар. разходи за постигане на съответствие), които могат да представляват от 0.4% до 6% от годишния оборот на търговците на дребно.¹³⁶ Това представлява особено голяма тежест за предприятията. Средно в ЕС микротърговците на дребно изразходват равностойността на 3.3% от своя оборот за административни задачи и оборудване, свързани с изпълнението на разпоредбите, докато за малките, средните и големите предприятия този дял е до 0.4%.

Освен това, при онлайн търговията се спестяват разходи от персонал и от наемане и поддържане на търговски площи, тъй като за тях не важат подобни ограничения.¹³⁷

Електронната търговия променя навиците за пазаруване на потребителите, те свикват да пазаруват по всяко време, навсякъде, включително зад граница.

До голяма степен търговията на дребно извън интернет трудно се приспособява и реагира на промените, породени от електронната търговия. В този смисъл, растежът на електронната търговия се явява ускорител на процеса на развитие на МСП.

Предимствата на електронната търговия, в сравнение с традиционната, са многобройни. Според Иван Богомилов най-значими са следните (Богомилов, 2008-2009):

- създаването на неограничени възможности за клиента за проучване на пазара по отношение на стоката, от която се нуждае, тъй като онлайн се предлага изключително разнообразие от артикули, с различни предимства, качество, функции и цени;
- глобален достъп на потенциални клиенти до предлаганите стоки или услуги, не ограничен в територията на конкретна страна;
- спестяване на разходи от наемане и поддръжка на складови пространства и от други търговски площи;

¹³⁴ Справедлива и ефикасна система на данъчно облагане в Европейския съюз за цифровия единен пазар, COM (2017) 547; 14 Регламент (ЕС) 2018/72 от 4 октомври 2017 г. за допълване на Регламент (ЕС) 2015/751 относно обменните такси за платежни операции, свързани с карти.

¹³⁵ Комисията е разработила показател за рестриктивност при търговията на дребно, който илюстрира влиянието на различните ограничения във връзка с откриването на обекти за търговия на дребно и ежедневното управление на магазините. Работен документ на службите на Комисията Обществена консултация относно регулирането на търговията на дребно в среда с множество търговски канали – обзорец доклад, SWD (2018) 237 – изследване между търговците на дребно.

¹³⁶ Cross-country differences, LE Europe, Spark Legal Network and Consultancy, VVA Consulting (2018) Operational restrictions in the retail sector – проучване, проведено за Европейската комисия.

¹³⁷ Работен документ на службите на Комисията Обществена консултация относно регулирането на търговията на дребно в среда с множество търговски канали – обзорец доклад, SWD (2018) 237.

- улеснения за клиента по отношение на доставката и разплащането – не се налага клиентът да напуска дома си и да отнема от времето си за тези дейности;
- по-ниски цени на стоките и услугите поради по-ниските ценообразуващи разходи;
- по-евтина реклама – в мрежата тя е по-евтина от тази в конвенционалните медии радио, телевизия и преса.

Електронният магазин е един от най-разпространените бизнес модели в електронната търговия. При него механизмите в отношенията търговец-клиент са близки до тези във физическия магазин, понеже има предлагане на стоки и услуги, но това става във виртуална среда и се ползват изброените предимства. Като задължителни елементи в организацията на онлайн магазина се посочват (Богомилов, 2008-2009): продуктова гама; уебсайт или присъствие в такъв; използване на механизъм за електронни разплащания; цена и срок на доставката. Продуктите са основен елемент, като стоките или услугите в онлайн магазина трябва да бъдат групирани по определени признаци със съответна цена и изложени в сайт. Добрата организация осигурява както по-лесното управление на електронния магазин, така и по-голяма гъвкавост на клиентите при работата им с продуктовете каталози. Уебсайтовете могат да бъдат притежание на онлайн магазина или на обединение от онлайн магазини, или от няколко МСП, може да се използва сайта на известен бранд и др. с цел единно администриране на сайта и гарантиране на сигурността на разплащанията.

Пандемията от COVID-19 през 2020-2021 г. е идентифицирана като един от факторите за бързо развитие на онлайн търговията. Анализ на Infopulse¹³⁸ сочи, че 78% от хората в САЩ предпочитат онлайн пазаруването по време на пандемията и безконтактните плащания, 62% действително са намалили използването на пари в брой, а 48% вече отказват да пазаруват в магазин, който не предлага опция за безконтактно плащане. Ако услугите от типа виртуален портфейл са били популярни преди пандемията сред около 46% от хората, то през 2020 г. делът им достига 64%.¹³⁹

Проучването на МСП, направено за Годишния доклад за МСП 2021 г.¹⁴⁰, сочи, че 41% от средните предприятия съобщават, че са продавали онлайн през 2020 г., в сравнение с 30% от малките предприятия и 22% от микропредприятията. Същото изследване поставя България на 9-то място сред държавите-членки на ЕС по степен на нарастване на електронната търговия при малките и средните предприятия през 2019 г. спрямо 2010 г. с нейните 7.1%, при 4.9% среден растеж за страните от ЕС. В сравнение със световните тенденции, през 2019 г. България е сред страните с ниско ниво на развитие на онлайн търговията. Тя остава на най-ниското ниво на електронна търговия в ЕС със своите 10.8%, при 19.1% средно за ЕС. Освен това, делът на онлайн търговията е най-ниска в сравнение с останалите държави-членки (едва 3.2% при 8.4% средно за ЕС).¹⁴¹

По данни на НСИ, през 2019 г. едва 11% от компаниите са осъществявали продажби онлайн, а по данни на Евростат, за периода 2015-2019 г. електронната търговия допринася за едва 4-5% от оборотите на бизнеса у нас, при 16-18% средно за ЕС. Една от причините за това е по-ниският достъп до интернет. През 2019 г. едва 22% от

¹³⁸ <https://www.infopulse.com/news/infopulse-opens-delivery-center-in-bulgaria/>.

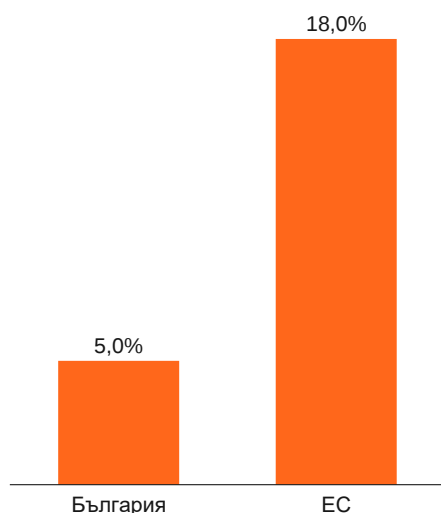
¹³⁹ Мартин Дешев. Онлайн плащанията с голям ръст покрай пандемията. <https://www.vesti.bg/tehnologii/onlajn-plashtaniata-s-goliam-ryst-pokraj-pandemiiata-6118909>.

¹⁴⁰ Annual Report on European SMEs.2020/2021; Digitalisation of SMEs. SME Performance Review 2020/2021. EASME/COSME/2020/SC/001.

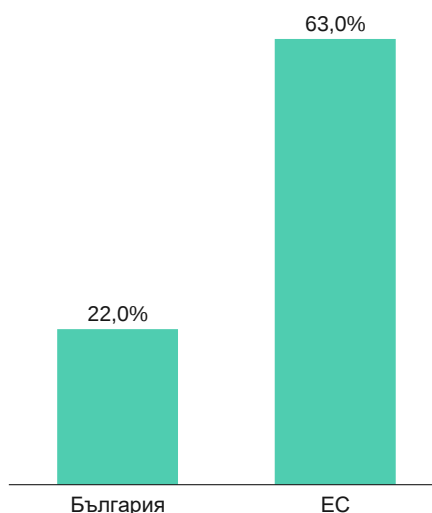
¹⁴¹ Annual Report on European SMEs.2020/2021, с. 155, Фигура 95. В изследването няма данни за микропредприятия. Виж с. 77, Фигура 54.

българите са купували стоки и услуги по интернет, спрямо близо 2/3 от европейците (63%).¹⁴²

Фигура 51. Дял на електронна търговия от оборотите на бизнеса за периода 2015-2019 г.

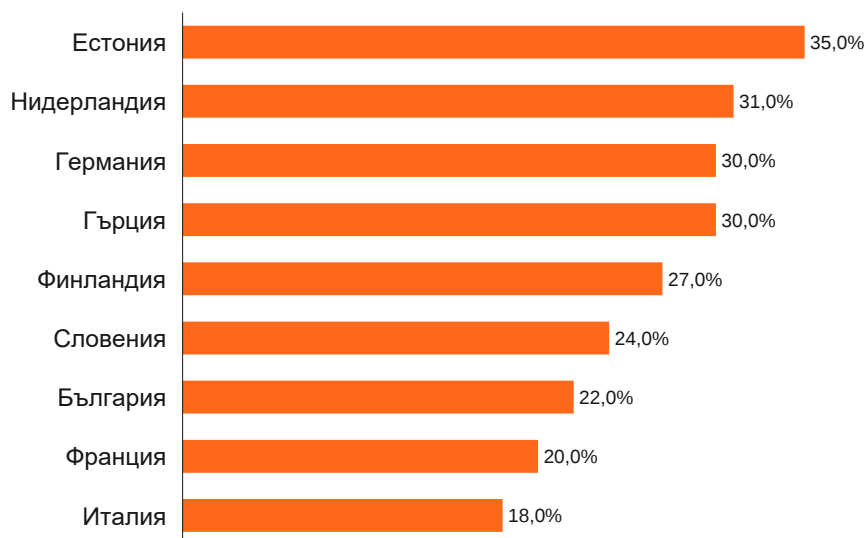


Фигура 52. Дял от населението през 2019 г., купували стоки и услуги по интернет



По данни на Евростат, през 2020 г. 22% от българските МСП са съобщили, че извършват продажби чрез уебсайт, друго приложение или магазин за електронна търговия, като след България остават развити държави като Франция и Италия.

Фигура 53. Дял на МСП, които съобщават за продажби на стоки или услуги онлайн чрез собствен уебсайт или приложения и/или чрез уебсайтове или приложения на пазари за електронна търговия, 2020 г.



¹⁴² Мария Иванова. Онлайн търговията – с добър имунитет. https://www.capital.bg/biznes/stoki_i_prodaybi/2020/04/03/4049833_onlain_turgoviiata_-_s_dobur_imunitet/.

Според изследването на Евростат за Годишния доклад за МСП 2021 г., най-често срещаните причини МСП да се въздържат от електронна търговия са недооценка на онлайн търговията като приоритет и неподходящи стоки или услуги за електронна търговия.

В България тези две причини също са посочени като водещи съответно от 47% и 44% от българските МСП (най-ниски стойности за ЕС), но с доста под средното за ЕС ниво (64% и 68%). Българските МСП са сред посочилите най-малко проблеми с конкуренцията – (8% от МСП при средно 14.2% за ЕС), както и при защита на потребителите (1%), затруднения поради правната рамка (4%), и проблеми с ИКТ сигурността и защитата на личните данни (4%).

Фигура 54. Причини МСП в България да се въздържат от електронна търговия



За разлика от България, Франция се откроява повече от останалите държави-членки с проблеми с логистиката (42%) и по-високи разходи за уеб продажби в сравнение с ползите (36%), както и проблеми със защитата на потребителите (14%) и с правната рамка (19%). МСП в Словения са посочили повече проблеми с конкуренцията в онлайн среда (38%) и при плащанията (24%).

Конкуренцията в онлайн среда най-често е предизвикана от наличието на големи платформи за електронна търговия. В проучването за МСП от 2020 г. 26% от МСП съобщават, че големите платформи за електронна търговия са повлияли върху способността им да продават онлайн. Те засягат особено по-малките предприятия, като 33% от микропредприятията съобщават, че големите платформи за електронна търговия представляват проблем за способността им да продават онлайн. За да се избегнат подобни пречки пред развитието на електронната търговия, се предлагат промени в Закона за цифровите пазари, които да регулират дейности на големи онлайн платформи, с оглед на избягване на по-благоприятното им третиране поради мащаба.¹⁴³

Според 65% от онлайн търговците в Европа, началото на пандемията от COVID-19 е белязано с мрачни прогнози за развитието на онлайн търговията, спад на продажбите и

¹⁴³ Предложение за регламент на Европейския парламент и на Съвета относно и справедливи пазари в цифровия сектор – Закон за цифровите пазари, Брюксел, 15.12.2020 г., COM(2020) 842 окончателен.

освобождаване на персонал.¹⁴⁴ В някои сектори, базирани на услуги, свързани с мода и пътувания, този спад е реален. За разлика от тях, индустрии като хранителни продукти, здравни продукти, продукти, които допринасят за работа от дома (лаптопи, таблети, екрани и т.н.), спортуване в домашни условия (фитнес уреди за дома), артикули, осигуряващи живота под карантина (фризери, отоплителни уреди и др.), продукти за здравна грижа и др., въпреки проблемите с логистиката, отбелязват рязко увеличение на продажбите онлайн.

Търсейки начин да оцелеят и да се приспособят към сложните условия на пандемията, част от българските МСП успяха да се възползват от процесите на дигитализация за създаване на ефективни вериги за доставки, отваряне на нови пазари и създаване на иновативни бизнес модели, като поставиха началото на истинска дигитална трансформация.

Поради ограничаването на търговията и затварянето на големите търговски обекти, електронната търговия получи силен тласък. Възникнаха множество нови онлайн магазини, а част от търговията се пренесе изцяло в дигиталното пространство. Тя се очерта като една от областите, в които процесите на дигитализация навлязоха изключително мощно. По данни на Българска Е-комерс Асоциация (БЕА), през 2020 г. водещите онлайн магазини, членове на асоциацията, са отбелязали над 60% ръст в онлайн продажбите (брой поръчки и обем). Същите водещи онлайн магазини бележат около 10% пункта и повече ръст на размера на електронните разплащания.¹⁴⁵ Пример за това е платформата за онлайн пазаруване eMAG, която е най-големият онлайн търговец в Централна и Източна Европа и поддържа най-големия онлайн магазин в България. Още в началото на пандемията от COVID-19 трафикът на платформата е нараснал с 30% спрямо предходната година.

Сегментът, получил най-силен растеж в България поради пандемията, е продажбата на храни и бързооборотни стоки. Проучване на „Нилсън България“ установява, че към полугодieto на 2019 г. едва 2% от хората пазаруват такива продукти онлайн поради липсата на възможност да разгледат и избират физически продуктите. През март 2020 г. проучване на платформата Broshura.bg в условията на карантина показва, че 53% от анкетираните над 1300 души предпочитат дистанционните покупки, а 61% споделят, че в електронната им кошница най-често попадат хранителни стоки. Подобни са данните и от изследване на маркетинговата агенция Pragmatica сред 400 градски жители, които ползват интернет – 11% от потребителите са преориентирали пазаруването си от физически магазини към онлайн платформи.

В същото време секторът на ресторантьорството бележи сериозен спад. Според 42% от анкетираните от Pragmatica намалението е дори при продажбите на готова храна за вкъщи, които преди пандемията са предоставяли редовно.

Асоциацията за електронна търговия отчита бум на онлайн пазаруването у нас през 2021 г., като онлайн продажбите се изчисляват на 2.4 млрд. лв. Най-голям е ръстът на онлайн супермаркетите за хранителни стоки (100%), следвани от спортните уреди и стоки (80%) и продажбите на електроника и компютри (60%). Плащането с карта във физическите магазини вече е с утвърдена тенденция към нарастване, дори когато се

¹⁴⁴ Проучване на Ecommerce Europe на въздействието на епидемията от коронавирус върху електронната търговия в Европа Списание Economy 28.05.2020. <https://www.economy.bg/world/view/38480/Kak-COVID-19-se-otrazyava-na-onlajn-tyrgoviyata->.

¹⁴⁵ www.besco.bg.

отнася за по-малки суми. За първи път оборотът на електронната търговия е надхвърлил 2% от БВП.

Сред основните предизвикателства в онлайн търговията в България са изграждането на доверие в съдържанието на сайтовете и в онлайн търговците и повишаване на тяхната отговорност за сигурността на разплащанията и защитата на личните данни на потребителите. Друго основно предизвикателство е адаптирането на МСП към интернет и използване на мобилни устройства. Поради това все повече компании вече изцяло работят на принципа MobileFirst при разработване на техните продукти.¹⁴⁶

Дигитализацията на малкия и средния бизнес за работа в онлайн среда изисква трансформация във всички негови аспекти – от дигитализиране на технологиите и работния процес до човешкия фактор. Онлайн магазинът и онлайн продажбите изискват различен подход и знания от тези, прилагани от търговеца в традиционен физически магазин.

Целият процес в областта на търговията и услугите е подчинен на определени оперативни маркетингови и ценови правила. Процеси като технология на доставките, мърчандайзинг, следпродажбено обслужване, изискват съществено реструктуриране. Те трябва да бъдат дигитализирани, като целият цикъл на продажба във физически магазин трябва да бъде дигитално възпроизведен.

Това обаче води до множество промени, тъй като работата на дигиталния магазин следва друга логика и се подчинява на други изисквания. Мениджърът на онлайн магазина трябва да придобие различни знания от тези, които са му били необходими за управление на традиционния физически магазин, и да познава факторите за успех, които също се различават. Например, от особено значение в електронния магазин са неговият дизайн, изборът на цветови гами, надписи и оформление, правилното описание на стоките, поддръждането и излагането им, мястото за реклама и др., с цел клиентът да бъде привлечен, да се ориентира безпрепятствено и бързо да стигне до покупка. Изключително важна роля играе лесният достъп до онлайн магазина, изборът на начините на плащане, както и безотказно работещите дигитални модули, с които се извършват онлайн операциите по разглеждане и плащане. Поради това, особено значение придобива създаването на удобни платформи със съвременен софтуер за продажба, които подпомагат клиента и бързо го насочват към продуктите, от които се интересува, информират за техните характеристики, конкурентни предимства и цени.

Засилената конкуренция в онлайн пространството изисква сериозна и задълбочена подготовка и не по-малки усилия за спечелване на пазарни дялове, отколкото при традиционните пазари. Особено значение в това отношение придобива създаването на т.нар. user experience, или възможността клиентът да премине в дигиталното пространство през целия цикъл на клиентското преживяване, така както това се случва при покупка в традиционния физически магазин. Организацията на онлайн магазина трябва да прави възможно бързото и лесно ориентиране на клиента в предлагания асортимент, както и лесен, удобен и сигурен начин за плащане. Особено важно е тя да включва и предоставяне на услуги като гаранционно обслужване, безусловно връщане на стоката в определен срок и други, уреждащи възникнали проблеми между клиента и търговеца след продажбата. От особено значение са и въвеждането на иновативни

¹⁴⁶ Мария Иванова. Онлайн търговията – с добър имунитет. https://www.capital.bg/biznes/stoki_i_prodajbi/2020/04/03/4049833_onlain_turgoviiata_-_s_dobur_imunitet/.

начини на електронно разплащане, които предоставят по-голяма сигурност и удобство за клиента.

За създаване на все по-добри условия за развитие на електронната търговия на европейско ниво се предвижда инвестирането в цифрова инфраструктура да бъде приоритет в държавите-членки. Това включва осигуряване на достъп до големи данни чрез създаване на специфични пространства за данни (например пространството за здравни данни на ЕС), както и осигуряване на достъп до данни в цялата верига на стойността на съответните заинтересовани страни чрез регулирани цифрови платформи за повишаване на кръговостта.

Дигитална инфраструктура, базирана около засилен публичен облак, вероятно ще предложи най-добрия начин за ускоряване на приемането на блокчейн технологии (DLT), Fintech и други базирани на облак решения за МСП, особено по отношение на Приложения като услуга, (например CRM¹⁴⁷, ERM¹⁴⁸), приложения за сътрудничество, работен процес и приложения за управление и Платформа като услуга (PaaS¹⁴⁹) и Инфраструктура като услуга (IaaS¹⁵⁰), приложения, включително облачни решения за дистанционна работа. Осигуряване на киберсигурност и поверителност на данните е от ключово значение за установяване на доверие и прозрачност, особено по отношение на повишаване на сигурността на цифрови технологии срещу кибератаки.

Препоръчителните междусекторни политически действия включват:

- повишаване на осведомеността на МСП по отношение на ползите от специфични технологии;
- непрекъснато оценяване на конкретните нужди и предизвикателства на МСП да предоставят персонализирани услуги за техническа консултация в комбинация с финансова подкрепа;
- подпомагане на развитието на умения чрез наставничество, обучение, брокери на образование и знания, например хъбове за цифрови иновации;
- създаване на лоялна конкуренция и пазарни правила;
- премахване на регулаторни и административни тежести;
- разработване на международни стандарти в сътрудничество с МСП;
- насърчаване на иновациите;
- разгръщане на инициативи за електронно правителство за ускоряване на дигитализацията на МСП;
- включване на зелени обществени поръчки и др.

Разрастването на онлайн търговията в България през 2020-2021 г. е положителен знак, който показва наличието на потенциал в тази област, но ниското ѝ ниво в сравнение със средните европейски нива е пречещ фактор.

¹⁴⁷ От англ. *Customer Relationship Management*.

¹⁴⁸ От англ. *Enterprise Risk Management*.

¹⁴⁹ От англ. *Platform as a Service*.

¹⁵⁰ От англ. *Infrastructure as a Service*.

5. Използване на електронни разплащания от малките и средните предприятия

5.1. Динамика на електронни плащания от малките и средните предприятия в България

Пазарният опит показва, че приемането на електронни плащания е от ключово значение за стимулиране и създаване на нови бизнес възможности в сектора на МСП.

През периода 2008-2017 г. се наблюдава бавно реструктуриране на МСП и пазара на труда към високотехнологични и средно високотехнологични производства и услуги. Според данни от ЕС¹⁵¹, към 2017 г. само 2% от европейските предприятия се възползват пълноценно от възможностите на новите цифрови технологии, а резултатите на България в областта на предприемачеството са под средните за ЕС.¹⁵²

Специалният ИКТ индекс за оценка на степента на развитие на ИКТ в МСП¹⁵³ за България констатира съществено нарастване на степента им на дигитализация за периода 2011-2020 г. Докато през 2011 г. 73.5% от МСП са били оценени с много ниска степен на ползване на ИКТ в своята дейност, през 2020 г. техният дял е 27.2%. С много високо ниво на използване на дигитални технологии обаче са едва 4% от МСП. Най-ниска е оценката за използването на ИКТ от микропредприятията, но тя също е повишена, макар и с по-ниски стойности.

Проучване сред българските МСП, проведено в периода 2019-2020 г., показва, че най-използваните уеб-базирани приложения са интернет банкиране (при 82.5% от МСП) и електронен подпис (при 76.5% от предприятията). Оказва се, че значителна част от МСП нямат дори фирмен уебсайт (42.4%).¹⁵⁴

5.2. Динамика на електронните плащания в България за периода 2016-2020 г.

Тъй като НСИ не генерира данни относно електронните разплащания, извършвани от МСП, за нуждите на изследването ще бъде разгледана цялостната динамика на електронните плащания, обработени през системите RINGS и TARGET2-BNB.

Таблица 2. Динамика на електронните плащания, обработени през системите RINGS

	Плащания, обработени през системата RINGS		Плащания, обработени през системата RINGS – среднодневно	
	Брой	Стойност (млрд. лв.)	Брой	Стойност (млрд. лв.)
2016 г.	970 476	779.507	3 851	3.093
2017 г.	988 333	702.615	3 985	2.833
2018 г.	1 059 515	929.381	4 255	3.732
2019 г.	1 113 790	1093	4 473	4.393
2020 г.	1 017 152	1094	4 069	4.378
Нарастване 2020 към 2016	4,8%	40,34%	5,7%	41,5%

¹⁵¹ Цифровата икономика в ЕС, https://ec.europa.eu/growth/sectors/digital-economy/importance_bg.

¹⁵² Доклад към Законодателния акт за малкия бизнес в Европа за 2019 г. (SBA Factsheet 2019).

¹⁵³ European Commission, Technical Report including in-depth analysis of the SMEs in Bulgaria and preliminary recommendations for the directions of action of new strategy, 2020; Таков, 2021, с. 13.

¹⁵⁴ European Commission, Technical Report including in-depth analysis of the SMEs in Bulgaria and preliminary recommendations for the directions of action of new strategy, 2020.

За периода 2016-2020 г. се наблюдава нарастване на обработените плащания през системата RINGS (както на броя, така и на обема им). Докато в началото на периода (2016 г.) са извършени 970 476 електронни плащания годишно на стойност над 779 млрд. лв., то в края (2020 г.) броят им е 1 017 152 (нарастване с 4.8%) и с най-високи обеми от над 1.094 трилиона лв., или нарастване с над 300 млрд. лв. (40.4%).

През 2019 и 2020 г. се наблюдават приблизително еднакви нива на броя и стойността на електронните разплащания, с лек превес на броя им през 2019 г. и на обема им през 2020 г., предвид благоприятната среда за развитие на онлайн търговията, създадена от пандемията и променената бизнес среда.

Среднодневните електронни плащания през RINGS също бележат увеличение, като от 3851 със стойност над 3 млрд. лв. те са нараснали на 4473 през 2019 г. със стойност над 4.393 млрд. лв. – най-високите нива за периода. През 2020 г. среднодневните плащания леко намаляват спрямо 2019 г. (4069 броя на стойност 4378 млн. лв.). Увеличението на броя на плащанията между началото и края на периода е 5.6%, а на стойностите – 41.5%.

Слабото покачване на броя на електронните плащания, обработени в RINGS, между началото и края на периода, в сравнение с нарастването на общата им стойност, показва значителен ръст в обема на отделните електронни плащания в системата.

Таблица 3. Динамика на електронните плащания, обработени през системите TARGET2-BNB

	Плащания от участници в TARGET2-BNB		Плащания от участници в TARGET2-BNB – среднодневно	
	Брой	Стойност (млрд. евро)	Брой	Стойност (млрд. евро)
2016 г.	222 506	341.527	866	1.328
2017 г.	237 654	346.433	932	1.358
2018 г.	290 998	441.590	1141	1.731
2019 г.	277 343	443.086	1088	1.737
2020 г.	233 796	644.549	910	2.507
Нарастване 2020 към 2016	5,07%	88,7%	5,08%	88,7%

За периода 2016-2020 г. електронните плащания и тяхната стойност от участниците в системата за брутен сетълмент в реално време TARGET2-BNB нарастват. През 2016 г. броят им е бил 22 506 с обеми от над 341 млрд. евро. През следващите години броят и обемите нарастват прогресивно. През 2018 г. са направени най-много електронни разплащания (290 998 със стойност над 441 млрд. евро). Макар броят им през следващите две години (2019 и 2020 г.) да намалява, стойността им се увеличава в сравнение с началото на периода, като в края му тя е нараснала на 664.549 млрд. евро – почти двойно (88.7%). Тази тенденция също подкрепя извода, че предприетите рестриктивни мерки и локдаун по отношение на част от бизнеса в България и на европейско ниво са способствали за намаляване на плащанията в брой и за повишаване на стойността на електронните плащания.

Среднодневните плащания от участниците в TARGET2-BNB нарастват от 866 през 2016 г. на 1141 през 2018 г., когато са най-високите нива за периода, и бележат спад през 2020 г. на 910, като почти се изравняват с броя от 2017 г. (932) и 2016 г. (866). Увеличението в края спрямо началото на периода в среднодневния брой на плащанията е 5%.

В същото време обаче среднодневните стойности на плащанията се увеличават почти двойно в края на периода (с 88.7%).

По-слабото увеличение на броя на електронните плащания от участниците в TARGET2-BNB между началото и края на изследвания петгодишен период и същевременно високото, почти двойно, нарастване на общата им стойност показва значителен ръст в обема на отделните електронни плащания през тази система, като той е почти двойно по-висок от този, наблюдаван при плащанията през системата RINGS.

Резултатите от динамиката на електронните плащания през системите RINGS и TARGET2-BNB доказват, че в България електронните плащания разширяват приложното си поле както по брой, така и по обем.

5.3. Динамика на картовите плащания за периода 2016-2022 г.

5.3.1. Дебитни и кредитни карти

През периода 2016-2022 г. динамиката на броя на издадените **дебитни карти** е променлива. През първите четири години тя е низходяща със слаба тенденция към намаление. Броят им се е повишил незначително през 2017 г. (с 1.7%), след което прогресивно намалява под нивата от началото на периода. През 2020 г. обаче се наблюдава покачване с 2.1% и периодът на нарастване продължава през 2021 г. с 2 % спрямо 2020 г. и през 2022 г. и с 1.6% спрямо 2021 г. Така в края на периода (2022 г.) спрямо 2016 г. темпът е положителен с нарастване от 3.3%.

Динамиката на издадените **кредитни карти** също е променлива. Те са отбелязали ръст през 2018 с 8% и през 2019 г. (с 0.3%), след което през 2020 г. намаляват с -5.5% спрямо 2019 г. Динамиката през 2021 г. и 2022 г. отново е положителна, като покачването спрямо предходната година през 2021 г. е с 5.6%, а през 2022 г. – 1.7% спрямо 2021 г. Темпът на нарастване през 2022 г. спрямо 2016 г. е 9.1%.

В същото време, броят на **платежните сметки** в кредитните институции за периода 2016-2022 г. е намалял с 17.3%, а броят на дебитните и кредитните карти е нараснал съответно с 3.3% и 9.1%. През 2016 г. по 41.7% от платежните сметки са издадени дебитни карти, а по 8.1% – кредитни. През 2022 г. този дял нараства на 52% за дебитните и 10.6% за кредитните карти.

Фигура 55. Брой на дебитни и кредитни карти

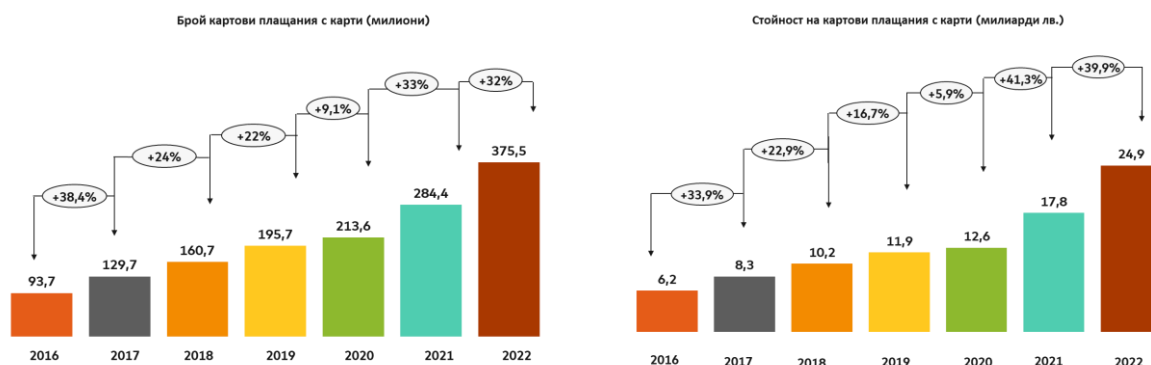


5.3.2. Картови плащания

През изследвания период 2016-2022 г. **броят на картовите плащания** в страната се е увеличил 4 пъти, или с над 300%. През 2016 г. са направени 93.7 млн. плащания с карти, но годишният темп на нарастване намалява: през 2017-2016 г. той е 38.4%; през 2018-2017 г. – 23.9%; през 2019-2018 г. – 21.8%; през 2020-2019 г. – 9.1%. Възходящата тенденция се засилва през 2021 г. с увеличение от 33.1%, а през 2022 г. – с 32%.

Динамиката на **обема на картовите плащания** през разглеждания период също показва положителни тенденции. Стойността им между началото и края на периода се увеличава почти четири пъти – от 6.2 млрд. на 24.9 млрд. (с 301.6%), особено съществено през 2021 – с 41.3% спрямо 2020 г. и 2022 г. – 39.9% спрямо 2021 г.

Фигура 56. Картови плащания



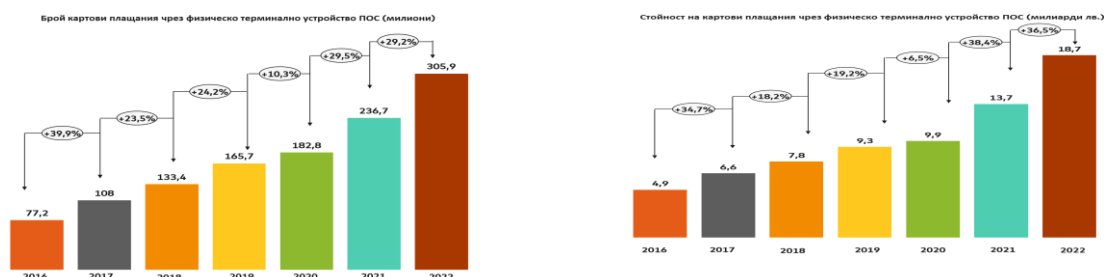
Тази картина показва категоричното налагане на българския платежен пазар на плащанията с електронни платежни инструменти, най-вече картови, както и на пробиващите си път иновативни начини на плащане като електронни портмонета, мобилни плащания и други, които са базирани на същата инфраструктура.

За периода 2016-2022 г. преобладаващата част от картовите плащания е извършена **чрез физически терминални устройства ПОС**. През този период **броят** на картовите плащания чрез ПОС се е увеличил значително – 4 пъти (296,2%) през 2022 г. спрямо 2016 г. Нарастването е най-съществено през 2017 г. – с 39.9% и през 2021 г. и 2022 г. – 29.5% и 29.2%.

Делът на плащанията на ПОС преобладава и се установява в диапазона 81-85% от всички картови плащания, като до 2020 г. плавно нараства. През 2016 г. през ПОС са извършени 82.2% от картовите плащания; през 2017 г. – 83.3%; през 2018 г. – 82.8%; през 2019 г. – 84.6%; през 2020 г. – 85.6%. През 2021 г. този дял слабо намалява на 83.2%, а през 2022 г. – на 81.5%, което се дължи най-вече на увеличаване на плащанията чрез интернет.

Стойността на плащанията през ПОС също е нараснала през периода над 4 пъти (281.6%) от 4.9 млрд. лв. през 2016 г. на 18.7 млрд. лв. през 2022 г. Най-значимо е нарастването 2017 г. – с 34.7% и 2021 г. и 2022 г. – съответно 38.4% и 36.5%. Най-нисък е темпът на нарастване на стойността на плащанията на ПОС през 2020 г. – първата година на пандемията от COVID 19 – само с 6.5%.

Фигура 57. Картови плащания чрез физическо терминално устройство ПОС

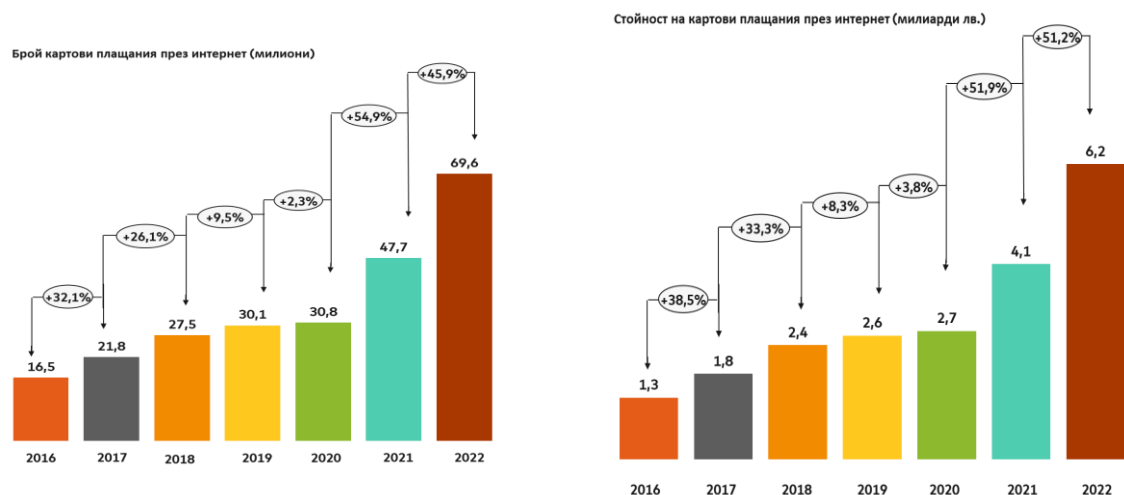


Броят на картовите плащания, направени **чрез интернет** през периода, също се увеличава чувствително. През 2016 г. са извършени 16.5 млн. плащания чрез интернет, като техният брой през 2022 г. се е увеличил над четири пъти (с 382%) на 69.6 млн. Най-значимо е увеличението през 2021 г. и 2022 г., когато темповете на нарастване са впечатляващи – съответно 54.9% и 45.9%. Това се дължи на бурното развитие на онлайн търговията в страната през този период.

Въпреки това обаче, процентният им дял от общите картови плащания е едва между 15% -20%. През 2016 г. – 17.6%, през 2017 г. – 16.8%, през 2018 –17.1%, през 2019 – 15.4%, и през 2020 г. –14.4%, а през 2021 г. - 16,8%. Тенденцията се обръща през 2022 г., когато дялът на плащанията през интернет е вече 20,1% или една пета от всички картови плащания в страната.

Почти пет пъти (4,8 пъти) е нараснала и **стойността** на плащанията през интернет – от 1.3 млрд. лв. през 2016 г. на 6.2 млрд. лв. през 2022 г. (377%), като през 2021 г. и 2022 г. е нараснала с над 50% (51,9%; 51,2%). Експерти в бранша съобщават за бум в онлайн търговията в България доста преди пандемията от COVID-19, а след ограничителните мерки, предприети от правителството по отношение на бизнеса, се отчита сериозен ръст на покупките през интернет.

Фигура 58. Картови плащания през интернет



Данните показват, че терминалните устройства ПОС остават предпочитан начин за плащане с карти от клиентите поради по-голямата сигурност за тях в сравнение с интернет. От друга страна, категоричното увеличение на броя и стойността на

плащанията чрез интернет потвърждава бурен тласък в развитието на онлайн търговията. Значителното нарастване през периода на броя и стойността на картовите плащания и на плащанията, извършени през физическите терминални устройства ПОС показва, че са налице условия за увеличаване на продажбите и оборота на предприятията.

6. Терминални устройства ПОС и АТМ

Наличието на терминални ПОС устройства в МСП, чрез които бизнесът приема картови плащания, е също един от показателите за готовността на България да предлага, внедрява и разширява различни видове електронни плащания и за ускоряване на дигитализацията на сектора.

Към настоящия момент НСИ не предоставя официална национална статистика относно изградената инфраструктура за картови и други иновативни видове електронни плащания в отделните МСП. Наличните данни (от БНБ) се основават на различни критерии, като брой търговци, използващи ПОС; брой търговски локации (магазини/обекти), които използват ПОС; общ брой локации, приемащи картови разплащания и др.

Трябва да се има предвид, че една търговска локация може да използва повече от един ПОС терминал, а един търговец (юридическо лице – ЮЛ) може да притежава няколко търговски обекти, които от своя страна да работят с повече от едно ПОС терминално устройство. Освен това, общият брой локации, използващи картови плащания, включва не само търговски обекти, а и такива, базирани във финансови и банкови институции, в чуждестранни локации и т.н. Поради това всеки от тези критерии описва различни аспекти на процесите, свързани с използване на електронните плащания от МСП, например нагласи и поведение на търговците и клиентите и начин на протичане на терминализацията, и дава възможност да се направят изводи относно степента на готовност на МСП за развитие в тази област.

За нуждите на настоящия анализ ще бъдат използвани критериите брой на търговски локации и брой на ЮЛ, внедрили и използващи ПОС устройства. Анализът дава възможност за оценка на степента на готовност на българските МСП да отговорят на високите съвременни изисквания в областта на конкурентоспособността и потребителските търсения, както и да въвеждат и използват иновативни платежни решения.

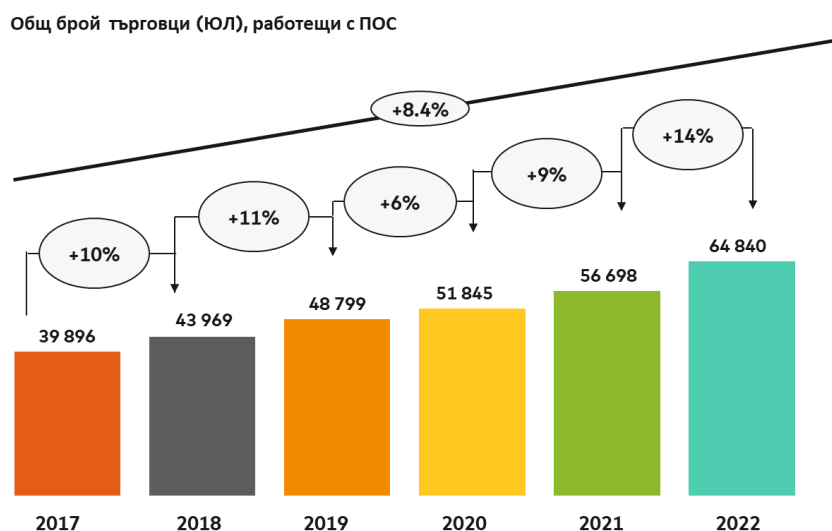
Локациите, приемащи картови плащания, са преимуществено **търговските обекти**. Те са в основата на пазара на картовите и останалите иновативни видове плащания и представляват основната група, по отношение на която трябва да бъдат насочени правителствени програми, мерки и стимули за ускоряване на темпа на дигитализация в МСП. През 2022 г. **броят** на търговските обекти, работещи с ПОС, достига 120 305, като за шестгодишния период спрямо 2017 г. те са се увеличили с 52,1%. Най-ниско е нарастването на търговските обекти с ПОС през 2018 г. (1.3%) и през първата година от пандемията 2020 г. с 2%. През следващите години – 2021 г. и 2022 г. увеличението на броя на обектите, работещи с ПОС е най-значимо – съответно с 13% и 20% спрямо предходната година. Това е индикатор за засилено търсене и предлагане на картови плащания в търговските обекти.

Фигура 59. Брой на ПОС в България - търговски локации, приемащи карти, 2017-2022 г.



Броят на ЮЛ, работещи с ПОС, също прогресивно нараства през разглеждания период. Докато през 2017 г. те са били едва 39 896 в края на периода през 2022 г. са нараснали на 64 840 (с 62.5%). Годишният темп на нарастване на броя на ЮЛ, инсталирали ПОС устройства в обектите си, е с около 10%, като темповете са най-високи през 2022 г. спрямо 2021 г. – с 14.4% и през 2019 – 2018 –11.3%.

Фигура 60. Брой на ПОС в България - общ брой търговци, работещи с ПОС, 2017-2022 г.

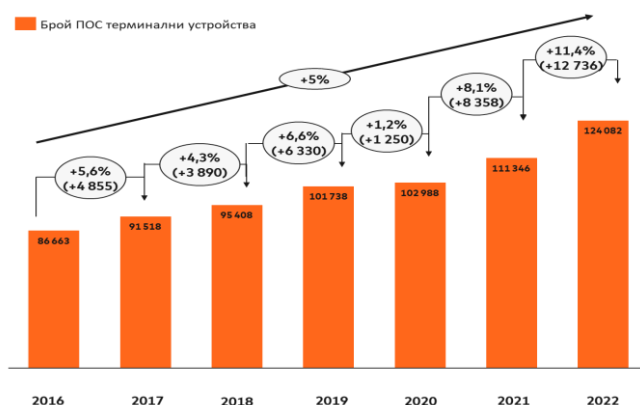


През първата година на пандемията 2020 г. ограниченията и затварянето на част от търговските обекти са оказали известно негативно въздействие върху мотивацията на търговците и ЮЛ за въвеждане и използване на картови разплащания в обектите. Тогава темпът на нарастване е бил най-нисък – 6%, но въпреки това положителната динамика се запазва. Търговците са отговорили на засиленото търсене на картови плащания от клиентите предвид необходимостта от спазване на ограниченията за пребиваване на публични места и допълнителните неудобства при снабдяването им с пари в брой (необходимост от посещаване на банкови институции и АТМ).

Съотношението на броя на ЮЛ, работещи с ПОС, спрямо броя на търговските обекти с ПОС през периода показва, че ЮЛ извършват терминализация за приемане на картови плащания в една или повече притежавани от тях търговски локации. През целия изследван период на едно ЮЛ, приемащо плащания с карти, се падат 1.9-1.6 търговски обекта, работещи с ПОС.

През периода 2016-2022 г. **броят на терминалните ПОС устройства**¹⁵⁵ в България също нараства, като увеличението през 2022 г. спрямо 2016 г. е с 43.2%. Ръстът на ПОС е най-значим през 2022 г. (11,4%), докато предишните години темпът на растеж е бавен и неравномерен – от 5.6% през 2017 г., през 4.3% и 6.6% за 2018 и 2019 г., до чувствителен спад на нарастването от 1.2% през 2020 г., първата година на пандемията. През същата година с най-нисък темп нарастват и търговците и ЮЛ, приемащи картови плащания (6%), както и броят на търговските локации, приемащи картови плащания – 2%.

Фигура 61. Брой на ПОС терминални устройства в България, 2016-2022 г.



Съотношението между ЮЛ, приемащи картови плащания, и броя на терминалните устройства ПОС се колебае между 1:1.9 до 1:2 т.е. едно ЮЛ използва в своите обекти средно 2 ПОС терминала.

През целия период на една търговска локация са се падали средно по 1.1 - 1.2 ПОС терминала. Наличието на обекти с повече от 1 ПОС терминал е индикация за разрастване на електронните плащания, за по-голямото им търсене и приемане от страна на купувачите.

Положителната динамика на процеса на внедряване и използване на ПОС, както и фактът, че част от търговците предлагат картови плащания в повече от един свой търговски обект е показател за нарастване на интереса към използване на платежни карти и разширяване на електронните плащания.

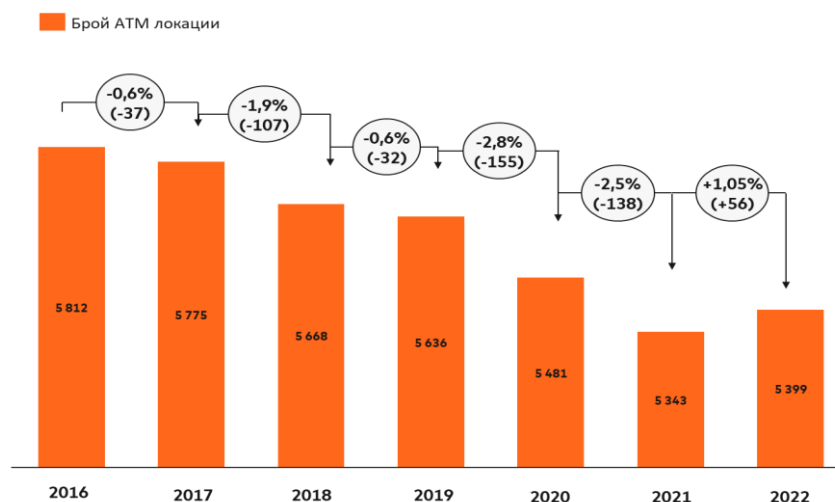
За разлика от ПОС терминалните устройства, чрез които се извършват електронни плащания, чрез **АТМ** се получават пари в брой. През разглеждания период 2016-2022 г. техният брой се задържа над 5000, като най-висок е бил през 2016 г. (5812). От 2017 г. до 2021 г. се наблюдава темп на намаление на АТМ, което е индикатор за наличие на спад в търсенето на пари в брой, но през 2022 г. се забелязва темп на увеличение с 1 % спрямо 2021 г. като спрямо 2016 г. намалението е -7,1%. Увеличението през 2022 г. се дължи на разширените възможности на АТМ да осъществяват и други услуги като

¹⁵⁵ Анализът и данните се отнасят за физическите терминални ПОС устройства.

вносяне на пари в брой по сметки, плащане на парични задължения и др. От началото на периода намалението е незначително – през 2016 и 2019 г. то е 0.6%, а през 2017 г. – 1.8%. Най-голям е спадът през двете години на пандемията: 2020 г. – -2.8%, и през 2021 г. – -2,5%. Това се дължи на увеличените продажби онлайн и плащания чрез интернет поради ограничителните противоепидемични мерки и временното затваряне на търговски, ресторантьорски, туристически и други обекти и така е намалено плащането в брой.

Изложените данните показват, че през периода ПОС устройствата бележат положителна динамика, което е показател за нарастване на интереса към използване на платежни карти, а динамиката на ATM е отрицателна, един от индикаторите на намалено търсене на пари в брой.

Фигура 62. Брой на ATM локации в България, 2016-2021 г.



7. Индекс на цифровите плащания

Тъй като наличните официални статистически данни в България не обхващат всички аспекти, свързани с използването и разширяването на електронните плащания, индикации за степента на внедряването и развитието им могат да се получат и от индекса на цифровите плащания (DPI¹⁵⁶), който се издава ежегодно и предоставя цялостен поглед върху дигитализацията на потребителските плащания в България.¹⁵⁷ Основната структура на индекса се състои от измерване на:

- инфраструктурата и нейната готовност и способност да поддържа безкасови плащания;
- знанията и разбирането на потребителите за цифровите плащания, необходими за тяхното използване;

¹⁵⁶ От англ. *Digital Payment Index*, проучване на Mastercard, 2022.

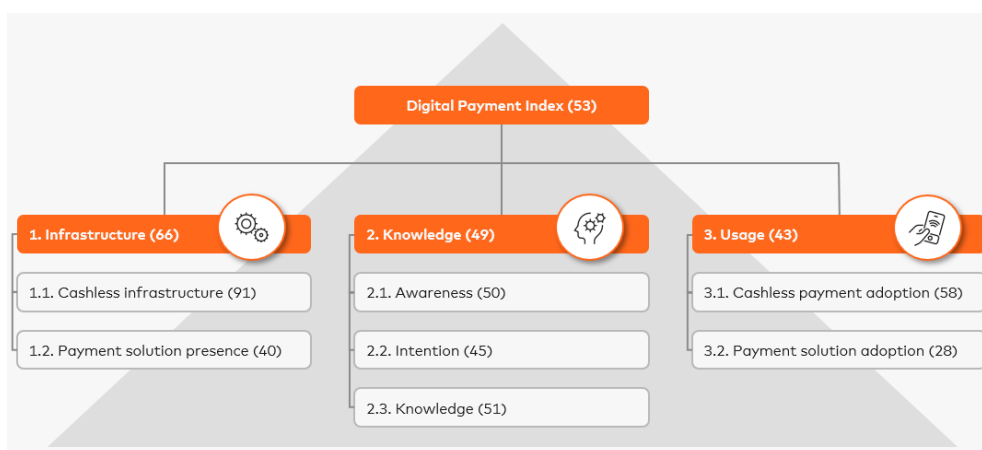
¹⁵⁷ Тъй като подобни измервания почти не са налични, индексът предоставя годишно и сравнимо изчисление чрез количествено определяне на развитието на пазара в България по скала от 0 до 100, и сравнение с други участващи страни – Австрия, Хърватия, Гърция, Унгария, Румъния и Сърбия. При измерванията са използвани данни от проучвания на Mastercard.

- използване и приемане на цифрови плащания и тяхната позиция спрямо парите в брой.

Индексът има за цел да подкрепи местната екосистема за плащания с полезна информация, като използва публични източници, индивидуални първични изследвания и експертния опит на Mastercard за пазара.

През 2021 г. Индексът на цифровите плащания (DPI) за България е 53 по скала от 100. Изчислен е въз основа на получените оценки от подиндексите, които отразяват технологичните и икономическите условия за приемане на дигитални плащания в определен регион, както следва: 66 за инфраструктура, 49 за знания и 43 за използване.

Фигура 63. Структура на индекса на дигиталните плащания (DPI)¹⁵⁸

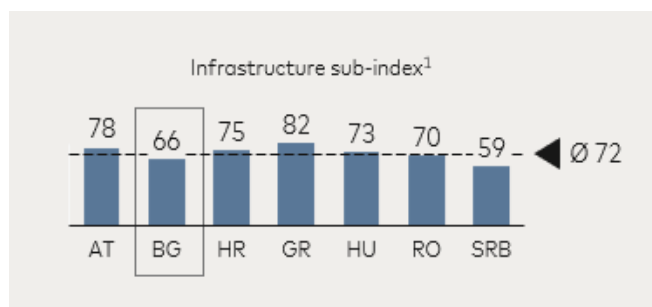


- Оценката за **инфраструктура** (66) показва, че в България има добра основа за дигитализация на потребителските плащания, но въпреки това остава под средното ниво за региона (72). Тя показва готовност за въвеждане на разнообразни иновативни методи на плащане, като токенизация на търговци, незабавно плащане и др., които в голямата си част се основават върху инфраструктурата на картовите плащания.
- Изграждането на безконтактната платежна инфраструктура в България е достигнало високи нива (84%), а пазарът на иновативните решения за плащане е слабо разработен.

С тези резултати България се нарежда на предпоследното място сред изследваните страни по този показател.

¹⁵⁸ Източник на фигури 63-66 - проучване на Mastercard, 2022.

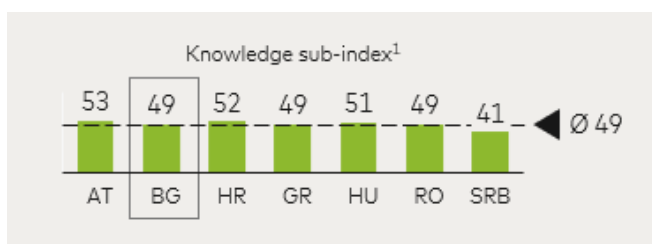
Фигура 64. Подиндекс Инфраструктура на картовите плащания



- Знанието** е вторият ключов подиндекс, който определя готовността на потребителите в България за използване на дигитални плащания. Индексът 49 е под средния в скалата и измерва нивото на осведоменост и умението да се използват различните алтернативи на плащане. Той показва необходимост от по-добро запознаване на клиентите с наличните алтернативи за цифрово плащане. В България е констатирана по-ниска степен на информираност относно конкретните доставчици на плащания и новите решения за плащане. Все още парите в брой се смятат от потребителите за най-сигурния и втория най-удобен начин на плащане (след безконтактното плащане на ПОС терминали). По-традиционните алтернативи за електронно плащане, като превод от сметка към сметка, онлайн плащане чрез предоставяне на данни за карта и др., също са приети в по-голяма степен от по-иновативните решения, като плащане с носими устройства, защото последните се смятат за по-малко удобни и по-малко сигурни.

В сравнение с другите изследвани страни от региона, България се нарежда по средата, заедно с Гърция и Румъния, като след нея остава само Сърбия-

Фигура 65. Подиндекс Знание

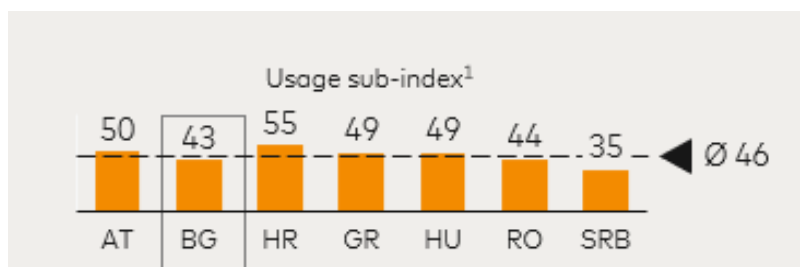


По отношение на отвореността към нови решения, България е над средното ниво в сравнение с други страни, което е добра възможност за въвеждане и популяризиране на нови, иновативни методи на плащане.

С обща оценка от 43, подиндексът **използване на цифровите плащания** в България също е под средния за региона (46). Той показва, че е налице значителен потенциал за увеличаване на използването на цифрови плащания от потребителите, въпреки все още силната им привързаност към кешовите плащания.

В сравнение със 7-те други страни от региона, България е предпоследна, като след нея остава Сърбия.

Фигура 66. Подиндекс Използване на дигиталните плащания



В този под-индекс има два основни компонента: употреба на безналични плащания и степен на разпространение на платежни решения. Първият обхваща цялостното представяне на дигиталните плащания в сравнение с парите в брой, а вторият измерва реалното разпространение на платежните решения, които са на разположение в страната. Потенциалът на България се открива предимно във високия дял на основния месечен доход, получаван по сметка (54% от населението). Текущото ниво на приемане на носими устройства, мобилен портфейл, и плащане от карта към карта, е ниско, а използването им е съсредоточено в столицата.

Очаква се в България ролята на парите в брой да намалее, като се увеличи дялът на лицата, които получават доходите си чрез цифрови платежни инструменти. В тази посока се работи за надграждане на защитата на инфраструктурата на електронните плащания, токенизацията на търговците и др., за да бъдат успешно противопоставени на силното предпочитание в България към използване на наложения платеж (58%), който се извършва чрез плащане в брой.

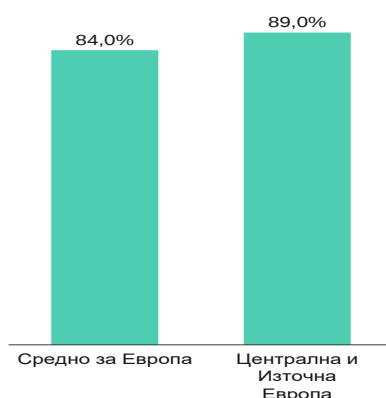
8. Иновативни решения и перспективи за развитие на електронните плащания в България

Промените в областта на европейското и националното законодателство, бурното развитие на технологиите и иновативните решения в областта на сигурността направиха електронното плащане удобно, лесно и достъпно. Този период съвпадна с влизането в сила на новата регулаторна рамка (PSD2) за по-голяма сигурност на плащанията чрез задълбочено установяване на идентичността на клиента (SCA¹⁵⁹). Формира се ново поколение клиенти, което е напълно готово да използва дигиталните плащания, като оценява техните безспорни преимущества и се чувства по-подготвено и по-отворено към дигиталните иновации.

Като дял от всички картови плащания, **безконтактните плащания** бележат силно нарастване в целия свят, а страните от ЦИЕ са на първо място с 89%, средно за Европа 84%. България е сред шампионите по навлизане на безконтактни плащания, с почти 100% безконтактни терминали и около 80% безконтактни карти на пазара. Плащанията с карта онлайн при доставка растат.

¹⁵⁹ От англ. *Strong Customer Authentication*.

Фигура 67. Дял на безконтактните плащания



Доскоро в България дигиталното разплащане при малките фирми се позиционираше в далечното бъдеще поради недоверието към новото и по-бавното възприемане на иновациите, което по принцип изисква време. Според експерти в бранша, у нас МСП като цяло все още не са готови да стартират активно процесите на дигитализация. Българският потребител купува онлайн продукти за 400-500 лв. годишно, но наложеният платеж е предпочитан начин на плащане. Едва 10% от всички поръчки от онлайн магазини в България се заплащат дигитално, докато във водещите страни от ЕС този процент се отнася за разплащанията с наложен платеж. Това показва, че все още съществува сериозно недоверие от масовия потребител по отношение на дигиталните платежни инструменти.¹⁶⁰

Макар България да е все още далеч от средното равнище на използване на дигитални плащания спрямо другите страни-членки на ЕС, редица изследвания показват напредък в това отношение. Всеки трети българин вече ползва над 10 дигитални услуги, а мобилните портфейли са все по-предпочитан метод като алтернатива на картата за разплащания. Факторите, които оказват влияние и спъват развитието на дигитализацията, са липсата на достатъчна информираност по отношение на сигурността и страхът от измами.¹⁶¹ По данни от НСИ, за периода 2017-2019 г. броят на плащанията в страната, извършени с карти, е нараснал с 55%, а тяхната стойност – с 22%. За същия период броят на картовите плащания, извършени чрез виртуално терминално устройство ПОС (през интернет), е нараснал с 49%, а стойността на тези плащания – с 37%.¹⁶²

През 2020 г. се отчитат рекордни нива на навлизане на дигиталните услуги и плащания. По данни на Българска Е-комерс Асоциация (БЕА), през последната година в България онлайн плащанията с карти бележат над 160% ръст в категории като бързооборотни стоки, продукти за бита, спортни продукти и техника.¹⁶³

¹⁶⁰ Евгени Йорданов, Дигитален директор и партньор на платформа за онлайн търговия.
https://www.bgonair.bg/a/36-sutreshen-blok/221268-malkiyat-i-sredniyat-biznes-ne-e-gotov-da-se-digitalizira?fbclid=IwAR2OwfDsADnw419B6Dka7aN_c7VFGWP0Wh1I_md1QqQa6XXM_zoFLOzkIj0.

¹⁶¹ <https://enterprise.bg/blog-news/digitalni-plashtaniya/Mastercard>.

¹⁶² Цифрова трансформация в България за периода 2020-2030 г.
https://www.mtitc.government.bg/sites/default/files/cifrova_transformaciya.

¹⁶³ <https://beabg.com/e-commerce-passport-2020/>.

На българския пазар към края на 2021 г. има 10 мобилни портфейла, като през 2022 г. се лансират още няколко. Според доклад на Euromonitor International¹⁶⁴, българският пазар на дребно (ритейл секторът) бележи ръст в редица показатели, сред които развиващата се интернет търговия, и в частност използването на мобилни устройства и приложения. Ако през 2018 г. той е възлизал на около 23 млрд. лв., то очакванията са през 2023 г. пазарът да достигне 28 млрд. лв. и да отбележи близо 80% ръст спрямо годината на влизането ни в ЕС.

По данни на Mastercard, през 2020 г. броят на мобилните трансакции в България на ПОС терминал е нараснал над 200%, средната стойност на покупките – с около 10%, а общият обем – над 4 пъти.

Важно иновативно решение, свързано със сигурността на електронните разплащания, е **биометричната верификация** за одобряване на плащането, въведено от компанията Mastercard – Mastercard ID Check. Според проведените от компанията проучвания, през 2019 г.¹⁶⁵ над 46% от потребителите биха предпочели да одобряват трансакциите си не с пароли, пин кодове и SMS, а с палец или лице през приложението си за мобилно банкиране. Това дава по-голямо удобство и улеснение за потребителите, както и по-голяма сигурност – биометричните данни не напускат мобилното устройство на потребителя, съществено се намаляват отказаните трансакции и се подобрява качеството на живота. Половината от българските издатели са внедрили тази иновация за улеснение и сигурност на картодържателите.

Сред новите дигитални технологии в областта на картовите разплащания си пробиват път и други иновативни решения, като **токенизация** (криптиране на данни), която стои зад мобилните портфейли. Все повече българи разполагат с токенизирана в своя смартфон дигитална и/или виртуална карта – техният брой е утроен само при мобилните портфейли на издателите, използващи токенизиращата технология на Mastercard за периода юни 2020 – януари 2021 г.

Лансират се и решения за по-голяма сигурност и удобство при запазване на данните на картата за повторни, или повтарящи се разплащания в онлайн магазините, подобряващи значително дела на успешно завършени онлайн покупки и разплащания – т.нар. „Card on file” и др.

Тук трябва да се отбележи и възникването в България на **нови бизнес модели и иновативни решения за МСП**, основани върху електронните разплащания, които да осигурят на МСП лесно и безпроблемно преминаване към онлайн магазини и нови платформи, както и да дигитализират плащанията си. Един от тях е VibeMarket – иновативна платформа за дигитализация на МПС – услуга, която дава възможност на малки търговци на хранителни и битови стоки, ресторанти, заведения, фитнес и йога студия, козметични услуги и много други, да управляват поръчки изцяло във Viber общности и да получават плащания с карта, без да се налага изграждане на онлайн магазин или дори инсталиране на виртуален ПОС терминал. Такова решение носи предимства, като възможност за разрастване на обхвата на даден търговец, тъй като Viber е най-голяма социална мрежа у нас, ползвана от различни таргет групи. Според направено проучване на Mastercard, 70-80% от хората имат Viber и го използват ежедневно. Благодарение на автоматизиран чатбот, купувачите могат да откриват

¹⁶⁴ Ритейл секторът, положителни перспективи и добри отправни точки за развитие. <https://food-exhibitions.bg/index.php/bg/press-bg/pr-materials/503-riteil-sektorat-polozhitelni-perspektivi-i-dobri-otpravni-tochki-za-razvitie>.

¹⁶⁵ [www.Mastercard.com](https://www.mastercard.com); Mastercard survey 2019.

търговците по локация и потребителска категория, след което да договорят поръчката си на лично съобщение и да платят лесно и сигурно онлайн. Търговецът получава средствата по сметката си мигновено, като единственото, за което плаща в цялата услуга, е такса за полученото плащане. Малките търговци могат да се възползват от тях, тъй като се извършват чрез изключително опростена процедура в платформата – в лично съобщение в чата и генериране на линк за плащане. По този начин, освен увеличени продажби, търговците получават и ликвидност – разполагат с парите си незабавно и могат да ги вложат отново в бизнеса си.

Решението представлява лесна и достъпна алтернатива на онлайн магазините и предлага всичко, от което един малък бизнес се нуждае – лесно включване в платформата, директна връзка с клиенти, възможност за разрастване благодарение на Viber общностите, моментални и сигурни плащания. Така компаниите имат нов канал за директно достигане до активни и ангажирани клиенти.¹⁶⁶

МСП все повече признават значението на приемането на цифрови технологии за **намаляване на административната тежест** за своя бизнес. Повечето МСП са на различно ниво по отношение на цифровизацията. Някои все още използват платежни процеси на хартиен носител, докато други могат да извършват плащания по електронен път, но използват неоптимални процеси. Бизнесът осъзнава, че плащанията на хартиен носител и ръчните процеси увеличават административните разходи, причиняват неудобства на клиенти и доставчици и рискуват да загубят съществени ресурси. За разлика от това, цифровите плащания могат да доведат до значително повишаване на рентабилността и растежа на МСП, като осигурят:

- по-добро потребителско изживяване с приемане на плащания от клиенти от всяко място, особено при мобилните плащания;
- намаляване на разходите (за персонал, помещения за магазини и др.) и съществуващите рискове, свързани с кражби и загуби;
- съхраняване на записи на данни за трансакции, хоствани в облак;
- предоставяне на конкурентни предимства, като възможност за достъп до чуждестранни пазари, реклама, маркетингови дейности и др.

Въвеждането на канал за дигитални разплащания може да превърне уебсайт в сайт за електронна търговия и да даде възможност за мобилни плащания, които да осигурят отличен клиентски опит и преживяване.

Ползите от дигитализацията и приемането на електронни разплащания, като един от възможните пътища за оцеляването и напредъка на МСП, както и устойчивото развитие на националната икономика, включват:

- подобрения в контрола на разходите и видимостта, както и на администрацията;
- намаляване на времето за обработка и изпълнение на плащанията;
- по-ниска цена в сравнение с традиционните процеси на нареждане за плащане.

Цифровите и картовите механизми за плащане могат да доведат до подобряване на бизнес резултатите за МСП чрез автоматизиране на процесите, освобождаване на време, намаляване на грешките и позволяване на по-голям контрол върху процесите на плащане. Относителната стойност на B2B плащанията за МСП е по-голяма, отколкото

¹⁶⁶ www.mastercard.com.

може да изглежда първоначално, и това е видно от сравнението на преките транзакционни разходи като банкови такси или допълнителни такси. Има и пренебрегвани ползи, като времето или капацитета на персонала при МСП, които често представляват най-голямото ограничение за тях.

За да останат конкурентоспособни, МСП трябва:

- да вземат предвид съществуващите механизми за разплащания;
- да определят преките и индиректните разходи и ползи от различните видове плащания;
- да изберат вид платежен инструмент и начин на разплащане, както и доставчик, на база на анализ на разходи, ползи и услуги с добавена стойност, които МСП може да получи в пакет. Съвременните платежни услуги предлагат стойност далеч извън обикновената размяна на средства, която конкретно може да отговаря на нужди от плащания и на целия бизнес на МСП и да осигурява цялостна „добавена стойност“.

Липсата на информираност относно процесите на дигитализация и ползи от различните видове разплащания, както и доверието, често са ключовите бариери за МСП, които не приемат иновативни решения за плащания. МСП често имат притеснения относно сигурността на разплащанията, независимо от привлекателността на предлаганите решения. Тук използването на участници, които ползват съществуващата надеждна инфраструктура, например предоставената от картовите схеми, може да облекчи много притеснения, тъй като инфраструктурата гарантира сигурност, защитеност и бързина на разплащанията. Други бариери, възпрепятстващи приемането на електронни разплащания от МСП, включват:

- липса на осведоменост за ползите от иновативните paytech решения и потенциалната лекота на внедряване;
- загриженост относно инвестициите (например промени в процесите, разходи за обучение), необходими за приемане на цифрови плащания.

Резултатите от направените проучвания на влиянието на макро и микроикономическите показатели на МСП, на динамиката на електронните плащания, на показателите за дигитализация и на пазара за картови разплащания показват, че в България съществуват условия за разширяване на приложното поле на картовите плащания. Налице е развиващ се пазар с условия за ПОС, част от който остава стабилен при кризисни ситуации. Налице е положителна динамика на електронните плащания през системите RINGS и TARGET2-BNB, значително нарастване на броя и обема на картовите плащания, на физическите терминални устройства ПОС, както и на броя и обема на извършените през тях плащания, което е индикатор за увеличение на продажбите и оборота на предприятията.

От друга страна разширяването на електронните плащания се забавя от същественото изоставане на българските МСП по основните микро и макроикономически показатели, както и от все още недостатъчно развитите процеси на дигитализация, ниво на дигитални плащания и внедряване на иновативни технологии в сравнение със средните европейски нива, поради липса на необходимите инвестиции и достатъчно целенасочени държавни политики и системи от стимули.

Изводи

Микро и макро показатели, характеризиращи малките и средните предприятия

- България е в групата на страните от ЕС със сравнително слабо развита икономика, въпреки ръста, отбелязан след 2017 г. До 2020 г. се наблюдава положителна динамика в броя на всички категории МСП, добавената стойност от тях, заетостта, приходите на МСП, инвестициите в дълготрайни активи. Ръстът на България по тези показатели през 2019 г. превишава средните европейски стойности и България е на второ място в ЕС по ръст на добавената стойност от МСП. България е сред държавите, при които броят на новорегистрираните бизнеси намалява след 2017 г.
- Повечето от тези показатели обаче остават под средните стойности за ЕС. По брой на стартиращи МСП, България е в дъното на европейската класация.
- През годините на пандемията от COVID-19 (2020-2021 г.) броят на МСП се колебае около и малко над нивата от 2018 г. и България отчита едни от най-големите загуби в ЕС. Сериозни са очакваните спадове в заетостта, добавената стойност, броя на новорегистрираните предприятия, оборота, вноса и износа, както и повишени цени при заплащане на материали, стоки и услуги.
- България е сред страните, чиито МСП са претърпели най-големи намаления в оборота по време на двете години на пандемията.

Дигитализация на МСП

- Дигитализацията на МСП е инструмент за бизнес развитие с основно значение. Чрез нея МСП допринасят за превръщането на икономиката на ЕС в устойчива, движена от информационните технологии от ново поколение, които бележат Новата индустриална революция. Нивото на дигитализация варира значително в различните видове МСП, като при микропредприятията нивото е най-ниско.
- Степента на цифровизация на МСП в България изостава значително, въпреки показания сериозен напредък в сравнение с 2010 г. Българските МСП са под средните нива на дигитализация в ЕС, а в редица случаи са сред последните в ЕС при внедряване и използване на дигиталните инструменти, необходими за електронните разплащания, като: използване на компютри, достъп до интернет, включително широколентов, създаване на собствен уебсайт, ползване на модерни функционалности на уебсайта, на специализиран софтуер за управление на доставките и клиентите, онлайн пазаруване и иновативни технологии – облачни, анализ на големи данни, роботизация и др.
- През 2019 г. България има най-ниско ниво на електронна търговия в ЕС. Въпреки очаквания растеж за 2020 г. и 2021 г., и в тази област се очаква българските МСП да останат под средните нива за страните от ЕС. До голяма степен търговията на дребно чрез физически магазини трудно се приспособява и реагира на промените, породени от електронната търговия. Наред с това бумът в електронната търговия се явява ускорител на процесите на развитие в МСП.
- Дигитализацията на малкия и средния бизнес за работа в онлайн среда изисква трансформация във всички негови аспекти – от технологиите и работния процес до човешкия фактор. Онлайн магазинът и онлайн продажбите изискват различен подход и знания от тези, прилагани от търговеца в традиционен физически магазин. Технологиите на доставките, мърчандайзингът, след продажбеното обслужване,

всички процеси изискват съществено реструктуриране. Те трябва да бъдат дигитализирани, като целият цикъл на продажба във физически магазин бъде дигитално възпроизведен.

Електронни разплащания

- Кризата с COVID-19 разкри уязвимостите на българските МСП, както по отношение на основните им икономически показатели, така и недостатъчната степен на процесите на дигитализация, които изостават чувствително от средноевропейските. Това е и една от причините за недостатъчното използване на електронните, и в частност на картовите разплащания в България от МСП. Тази криза обаче имаше и позитивна страна: през 2020-2021 г. тя тласна напред онлайн търговията в страната, а с това и използването на нови електронни платежни инструменти и иновативни технологии за плащане.
- За периода 2018-2019 г. наличният пазар на картовите разплащания с условия за използване на ПОС бележи умерено увеличение. През 2020 г. той намалява като логична последица от пандемията във всички селектирани сектори с условия за картови разплащания. Особено силен е спадът в туристическия сектор. Изключение правят предприятията от областта на здравеопазването и застрахователната и финансова дейност, както и микропредприятията от областта на фризьорството, козметиката и други подобни услуги, които се оказват устойчиви по време на пандемията поради увеличаване на търсенето в тези сфери.
- Пандемията се е оказала пагубна за част от микро и средните предприятия в областта на търговията, докато малките са отбелязали ръст.
- Динамиката по показател годишен оборот в селектираните сектори, отговарящи на условията за картови плащания, откроява следните тенденции:
 - Намалява се броят на замразилите дейността си предприятия и тези с по-ниски нива на годишен оборот (до 50 000 лв.), а МСП с нива на оборот над 50 000 лв. се увеличават. Тази тенденция се наблюдава в сектори търговия на дребно, търговия на едро, хотелиерство и ресторантьорство, хуманно здравеопазване.
 - Във всички групи с регистриран оборот броят на предприятията се увеличава, а при тези с нулев оборот – намалява или остава непроменен. Тенденцията е характерна за секторите търговия с автомобили и фризьорски и козметични услуги. Това са два от най-проспериращите сектори.
- Динамиката на броя на издадените дебитни и кредитни карти през разглеждания период е променлива с видим растеж през 2021 и 2022 г.
- През периода 2016-2022 г. броят и стойността на картовите плащания в страната се е увеличил 4 пъти.
- За периода 2016-2022 г. преобладаващата част от картовите плащания е извършена чрез физически терминални устройства ПОС (около 85% от плащанията). Броят на плащанията през ПОС, както и стойността им са се увеличили около и над 4 пъти. Броят на картовите плащания, направени чрез интернет, също се увеличава 4 пъти, а на стойността на плащанията през интернет – почти пет пъти.
- Терминалните ПОС устройства все още са предпочитан начин за плащане с карти от клиентите поради по-голямата сигурност за тях в сравнение с интернет. Наред с това, категоричното увеличение на обема на плащанията и чрез интернет е

обнадеждаваща тенденция за развитие на положителни процеси в областта на електронните плащания.

- За периода 2016-2020 г. се наблюдава слабо покачване на броя на обработените плащания *през системата RINGS*, но значително нарастване на стойността им. Слабото покачване на броя на електронните плащания, обработени в RINGS между началото и края на периода, в сравнение със значителното нарастване на общата им стойност, показва значителен ръст в обема на отделните електронни плащания в системата.
- Подобна е и тенденцията по отношение на електронните плащания от участниците в системата за брутен сетълмент в реално време *TARGET2-BNB*. Техният брой слабо нараства, докато стойността им през периода се увеличава почти двойно (88.7%).
- Българските МСП остават по-неустойчиви при неблагоприятни условия и внезапни пазарни сризове, като дигитализацията и разширяването на обхвата на електронните разплащания биха били един от начините за преодоляване на тяхната уязвимост. Динамиката на сегмента на електронните разплащания от последните години налага въвеждане на решения за плащане, подходящи за специфичните нужди на собствениците на МСП в различните отрасли.

ПОС терминални устройства

- За периода 2017-2022 г. броят на терминалните ПОС устройства в България се е увеличил е с 43%. Характерен е бавният годишен темп на нарастване, като най-значим е ръстът им през 2022 г. , а през първата година на пандемията 2020 г. се отчита спад.
- Локациите, приемащи картови плащания, са преимуществено търговските обекти. Броят им постепенно нараства и за периода 2017-2022 г. се е увеличил с около 1/2 – 52%. Положителната динамика е най-значима през 2021 г. и 2022 г.
- Все повече търговци (ЮЛ) се включват в процеса на терминализация като темпът на нарастване им за периода 2017-2022 г. е 62% . Най-сериозно броят на търговците, внедрили ПОС, се е увеличил 2022 г. и през 2019 г., което показва положителна мотивация на търговците и ЮЛ, предизвикано от увеличението на картови плащания като през периода както по брой така и по стойност.
- Положителната динамика в броя на ЮЛ, работещи с ПОС, както и терминализирането на все повече обекти от търговците с повече от 1 ПОС, е индикация за разрастване на електронните плащания, за по-голямото им търсене и приемане от страна на купувачите, както и за осъзнаване на ползите от електронните плащания за разрастване и оцеляване на бизнеса.
- Отрицателната динамика в броя на АТМ за периода 2016-2021 г. индикира намалено търсене на пари в брой, а положителната динамиката на ПОС – нарастване на интереса към използване на платежни карти.

Иновативни решения в областта на електронните плащания

Редица български и международни изследвания потвърждават рязкото навлизане през 2020-2022 г. на българския пазар на иновативни платежни решения като:

- биометричната верификация за одобряване на плащането, свързана със сигурността на електронните разплащания;

- токенизация – криптиране на данни, свързана с мобилните портфейли. Техният брой е утроен само при мобилните портфейли на издателите, използващи токенизиращата технология на Mastercard за периода юни 2020 – януари 2021 г.;
- нови бизнес модели за МСП, основани на електронните разплащания – иновативни платформи за дигитализация на МПС, услуга, която дава възможност на малки търговци да управляват поръчки и да получават плащания с карта, без да се налага да изграждат онлайн магазин или да инсталират виртуален ПОС терминал (например VibeMarket);
- по-добро потребителско изживяване с приемане на плащания от клиенти от всяко място, особено при мобилните плащания;
- намаляване на разходите (за персонал, помещения за магазини и др.) и съществуващите рискове, свързани с кражби и загуби;
- съхраняване на записи на данни за трансакции, хоствани в облак;
- предоставяне на конкурентни предимства, като възможност за достъп до чуждестранни пазари, реклама, маркетингови дейности и др.

ГЛАВА ТРЕТА. ОСНОВНИ ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ЗА РАЗВИТИЕ ЕЛЕКТРОННИТЕ ПЛАЩАНИЯ В БЪЛГАРИЯ

1. Изследване на ефектите върху МСП от увеличаване на електронните плащания

1.1. Методически основи на изследването

Значението на електронните плащания за МСП е изключително голямо не само за тяхното разрастване и оцеляване при кризи, но и за устойчивостта и напредъка на цялостната икономика на страната. Електронните плащания повишават конкурентоспособността на МСП, като без тях е немислимо излизането им на европейските и международните пазари. Те дават възможност за разширяване на клиентската маса поради предоставяните улеснения и възможности за управление на финансовите потоци и за участие в ползотворни бизнес партньорства. Електронните плащания са един от ключовите елементи на пълната дигитална трансформация на предприятието и поставят неговата дейност на ново, по-високо ниво.

Статистическият анализ относно внедряването и използването за електронните разплащания от МСП, направен в Глава Втора на настоящия труд въз основа на данни от различни източници, дава само общата насока на процесите и явленията в икономиката, засягащи МСП и предизвикани от дигитализацията. Общите тенденции показват, че, макар и плавно, броят на МСП в България нараства заедно с редица основни показатели, като добавена стойност и приходи от тях, заетост, инвестиции в дълготрайни активи и др., въпреки че стойностите им са преобладаващо под средните европейски нива. По време на пандемията българските МСП са отчели едни от най-големите загуби в ЕС.

В този смисъл МСП силно изостават по отношение на процесите на дигитализация, които лежат в основите на развитието на електронните плащания. Дигитализацията, която е крайъгълният камък на развитието на съвременната европейска и световна икономика, към момента е основен приоритет на ЕС в областта на развитието на МСП. Тревожната статистика, показваща сериозно изоставане на българските предприятия в тази област, налага да бъде извършено дълбочинно емпирично изследване, което да разкрие ефектите от електронните плащания върху МСП и икономиката като цяло, нагласите на бизнеса по отношение на приемането им, факторите, които го обуславят, причините, трудностите и начините за преодоляването им.

Целта на емпиричното изследване е на основата на емпирична информация да се проучи приемането на електронните плащания от МСП, ползите и ефектите от използването на такива плащания за развитието на бизнеса и на икономиката като цяло и да се очертаят възможностите за напредъка в тази област.

За постигането на тази цел са решени следните **задачи**:

1. Проучено е нивото на приемане на електронните плащания от МСП и служителите им.
2. Проучени са ползите от електронните разплащания за МСП и цялата икономика на страната.
3. Изследвани са факторите, които влияят върху използването на електронни разплащания от МСП.

4. Проучени са проблемите и пречките пред използването на електронни плащания от МСП.
5. Посочени са мерки за разширяване на електронните плащания от МСП.
6. Проучено е влиянието на сивата икономика върху използването на електронни плащания от МСП.

Обект на изследването е активността на МСП във връзка с внедряване и използване на електронните плащания.

Изследването се основава на набиране, обработване и анализиране на значителна по обем емпирична информация от стратифицирана извадка от български МСП от сектори на икономиката с условия за работа с ПОС.

Инструментариумът на изследването включва анонимна пощенска анкета чрез специално подготвена анкетна карта за изследване с 18 въпроса с отговори от затворен тип, като се дава възможност на респондентите за посочване и на други отговори. Анкетната карта е изпратена по пощата и по e-mail.

Използвани са **общонаучни методи** на изследване, като анализ, обобщение и синтез, индукция и дедукция, сравнение. Сравнителният метод е използван за съпоставяне на резултатите от изследването с проведени изследвания по темата, както и за сравнение с държавите от ЕС и региона. За обработка и анализ на информацията са използвани статистически методи и специализиран софтуер.

Методика за обработка на данните от анкетните карти

За обработка на отговорите на респондентите е използван, на първо място, описателният подход. Отговорите на всеки въпрос са представени графично, а на места и таблично. Описани са средните и относителните дялове на променливите, формирани по всеки въпрос.

От своя страна, за изследване на зависимости между две променливи, е използвана методика за тестване за наличие на закономерност. Повечето променливи в анкетната карта са качествени по своята същност. В подобен случай, статистическата теория предлага методи за анализ на закономерности, базирани на χ^2 (Хи квадрат) анализа (Гоев, 1996).

По същество χ^2 анализът е проверка на статистическа хипотеза. Той се реализира през общоприетите етапи за проверка на статистически хипотези:

1. Дефиниране на нулева и алтернативна хипотеза:

- При χ^2 анализа, нулевата хипотеза (H_0) гласи, че между изследваните променливи не съществува закономерност, т.е. двете променливи са независими.
- Алтернативната хипотеза (H_1), сочи наличие на закономерност между двете тествани променливи.

2. Определяне на риска за грешка α (алфа).

В областта на социално-икономическите изследвания е общоприето да се работи с риск за грешка от 5% или $\alpha=0.05$.

3. Избор на критерий за проверка на хипотезите и изчисляване на емпиричната характеристика.

Емпиричният Хи квадрат критерий има следния вид:

$$\chi^2 = \sum_i \sum_j \frac{(f_{ij} - f_{ij}')^2}{f_{ij}'}$$

където:

f_{ij} са фактически честоти;

f_{ij}' – теоретични честоти.

4. Определяне на вида на критичната област

При χ^2 анализа, тя е едностранна, заради теоретичната форма на разпределението.

5. Определяне на съответстващата теоретична характеристика

Съответстващата на конкретния анализ теоретична характеристика се открива в таблиците за χ^2 разпределението.

6. Сравняване на теоретичната и емпиричната характеристика и вземане на решение

Статистическият софтуер обединява последните два етапа, като предоставя на изследователя директно изчислената р-стойност за теста. Сравняването ѝ с приетата на етап 2 стойност на равнището на значимост дава отговор на теста. Съответно при:

- р-стойност $< \alpha \Rightarrow H_1$ – има основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и приемане на алтернативната, т.е. установява се наличие на закономерност между двете тествани променливи;
- р-стойност $> \alpha \Rightarrow H_0$ – няма основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и приемане на алтернативната, т.е. между изследваните променливи не съществува закономерност.

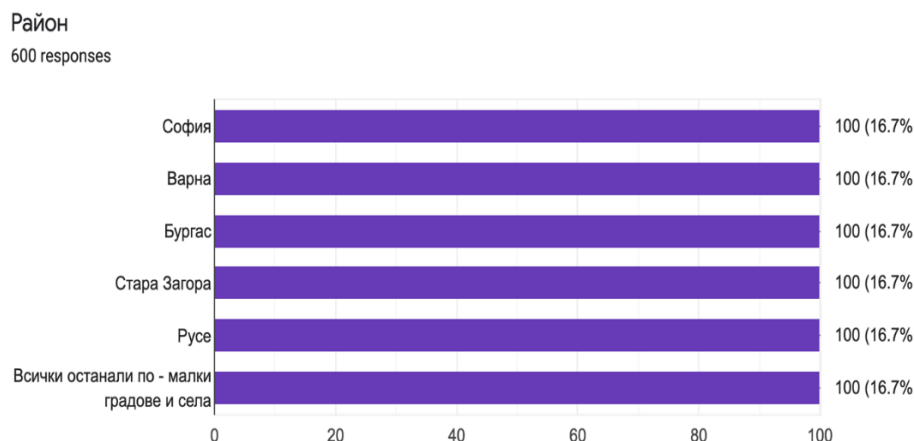
Изследването е проведено през периода 01.01.-30.01.2022 г., като чрез метода на сравнението отчасти дава възможност за изясняване на по-дългосрочна динамика на процесите. Изследването е проведено сред 600 респонденти, собственици или управители на МСП, в 600 предприятия по отрасли, специално подбрани с оглед на наличие на условията за инсталиране на ПОС. По отношение на тях, извадката е представителна.

С оглед на минимизиране на грешката и подобряване на точността на оценките, е извършено райониране на цялата съвкупност по признак, който корелира с признака, по който се изучава съвкупността (в случая тя е предприятия от категорията микро, малък и среден бизнес с условия за ПОС, а признакът е използване на ПОС терминал). Съвкупността от микро-, малки и средни предприятия е разделена на райони, които са хомогенни по отношение на броя на предприятията, и това значително подобрява точността на оценките. Така са формирани хомогенни райони, които се изучават много по-лесно от съвкупност с голямо разсейване на обектите.

В териториален аспект, извадката е структурирана в 6 страти: по една страта за 5 от най-големите градове в страната (София, Варна, Бургас, Стара Загора, Русе), а 6-та страта е всички останали по-малки градове и села. Във всяка страта са анкетирани по 16.7% от респондентите (по 100). Стратифицираната извадка в случая позволява

детайлно проучване на мнението на респондентите от всякакъв вид населени места по проблеми, като фактори, оказващи влияние върху процеса на дигитализация на плащанията, ползи и ефекти, пречки и трудности и др.

Фигура 68. Териториален обхват на изследването по страти

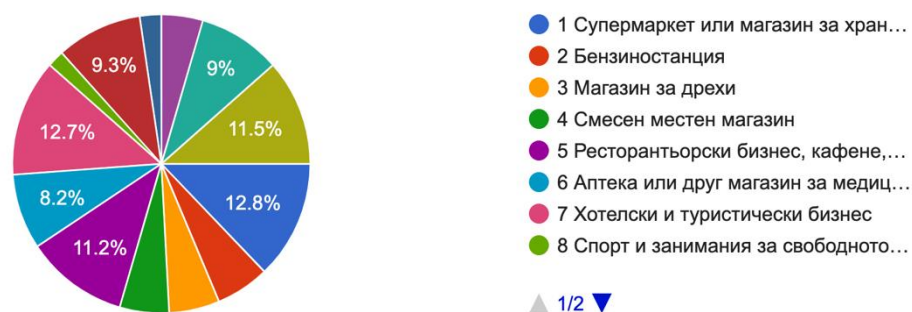


Както е видно от Фигура 69, в изследването участват МСП с разнообразен предмет на дейност, отговарящи на условията за ПОС, избрани с цел по-пълното и всестранно постигане на целите на изследването.

Фигура 69. Предмет на дейност на МСП, участвали в анкетата

Какъв е предметът на дейност на Вашето предприятие?

600 responses



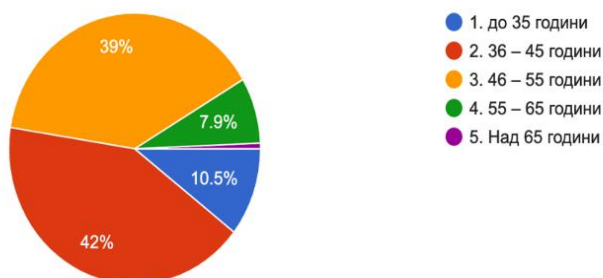
Респондентите с най-голям дял (над 12%) са от супермаркети или магазини за хранителни стоки. От областта на хотелския и туристическия бизнес, на спорта и заниманията за свободното време, както и от ресторантьорския бизнес, кафенета и питейни заведения, са анкетирани по над 11% от респондентите. От бензиностанции – над 9%, от аптеки – над 8%. По-нисък е дялът на анкетираните търговци в магазини за дрехи (5.5%), смесени местни магазини (5.3%), свободна професия (4.5%), строителен бизнес (2.3%) и др.

Анкетираните собственици и управители на МСП са преимуществено на средна възраст – между 36-55 години (81%) (42% са на възраст между 36-45 години, а 39% са между 45-55 години), което отговаря на активната възраст за предприемачество.

Фигура 70. Респонденти по показател възраст

Каква е Вашата възраст?

598 responses



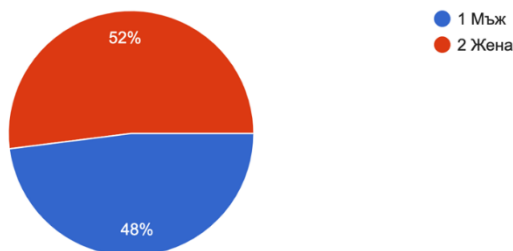
Останалите възрастови групи са незначително представени. Младите предприемачи до 35 години, участвали в анкетата, са 10.5%, тези между 55-65 години – 7.9%, тези над 65 години – 0.6%.

В изследването са участвали почти равен брой мъже и жени – съответно 48% и 52%.

Фигура 71. Респонденти по показател пол

Пол

600 responses

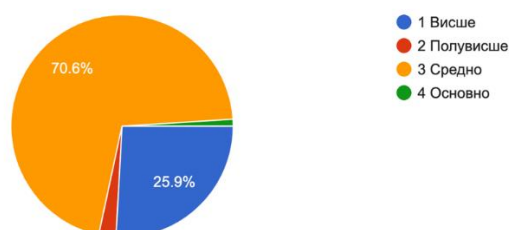


Изследването показва, че българският бизнес в МСП се ръководи и притежава предимно от лица със средно образование (70.6% от анкетираните).

Фигура 72. Респонденти по показател образование

Какво е Вашето образование?

599 responses



С висше и полувисше образование са над 1/4 (28.4%) от анкетираните (25.9% са с висше и 2.5% с полувисше образование). Делът на лицата с основно образование е незначителен (около 1%).

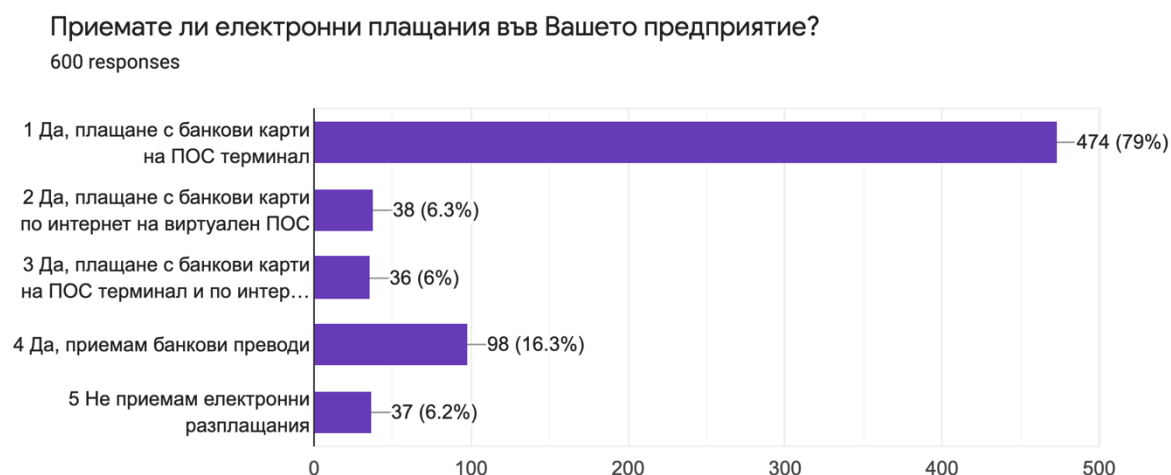
1.2. Основни резултати от изследването

1.2.1. Приемане на електронните плащания от МСП

В качеството си на един от основните аспекти на дигитализация в МСП, внедряването и разширяването на електронните плащания се нуждае от детайлно и задълбочено проучване, на основата на емпирична информация, с което да се определи степента на приемането им от бизнеса и персонала на предприятието, и да се разкрият протичащите процеси и насоките за развитие.

Изследването показва, че приемането на дигитализацията от българските МСП, и в частност на електронните и картовите плащания, се развива с все по-бързи темпове. Според проучване на CEE SME Monitor Mastercard България от 2018 г.,¹⁶⁷ в България около 30% (28.9%) от МСП са използвали ПОС терминали за осъществяване на разплащания. През изминалите три години този дял е отбелязал сериозно увеличение. Проведеното изследване от 2022 г. показва, че 79% от анкетираните компании вече **приемат плащане с банкови карти на ПОС терминални устройства**. Едва 6.2% са заявили, че не приемат никакъв вид електронни разплащания.

Фигура 73. Ниво на приемане на електронни плащания от МСП*



* Сборът от отговорите на респондентите надхвърля 100%, тъй като те са имали възможност за посочване на повече от един отговор.

Окуражаващ е фактът, че 6.3% от МСП вече приемат плащане с банкови карти по интернет на виртуален ПОС, а 6% – както на физически ПОС терминал, така и на виртуален ПОС. Това е показател за начало на ново, по-високо ниво на дигитализация на МСП.

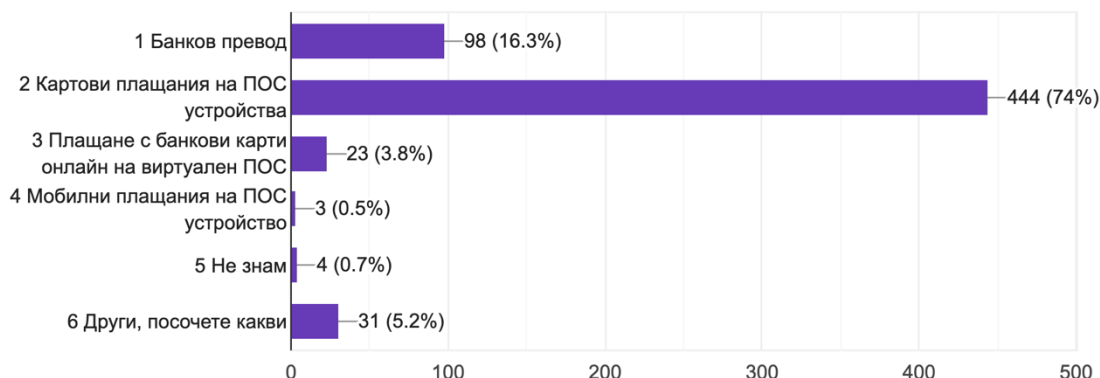
Изследването сочи, че категорично най-често използвани в страната са картовите плащания на физически ПОС устройства (74%), следвани от банковите преводи (16.3%).

¹⁶⁷ www.mastercard.bg.

Фигура 74. Ниво на приемане на видовете електронни плащания

Кой вид електронно плащане най-често приемате във Вашето предприятие?(Моля, посочете до 1 отговор, който е най-близък до Вашето мнение)

600 responses



Иновативните решения, като мобилни плащания и плащане с карти онлайн на виртуален ПОС, все още не са извоювали сериозно място на пазара на плащанията в страната. Те се предлагат от малък брой МСП (съответно 0.5% и 3.8%), но тези резултати потвърждават направените във втора глава изводи относно наличие на интерес към новите технологични решения.

Таблица 4. Разпределение на видовете приемани плащания по страти

Видове плащане / страти	Бургас	Варна	Русе	София	Стара Загора	Всички други	Общо
1. Банков превод	16	16	8	29	8	21	98
2. Картови плащания на ПОС устройства	74	74	86	50	87	70	441
3. Плащане с банкови карти онлайн на виртуален ПОС	5	7	-	8	3	-	23
4. Мобилни плащания на ПОС устройство	-	-	-	3	-	-	3
5. Не знам	-	1	-	1	-	2	4
6. Други	5	2	6	8	2	8	31

Източник: собствени изчисления на база анкетно проучване.

Данните в Таблица 4 за разпределението на видовете приемани плащания по отделни страти показват относително нормално разпределение. Видимо, в по-големите градове има повече обекти с електронни разплащания, докато по-малките градове от район „всички други“ имат по-слабо проникване.

Разпределението на видовете плащания по страти е тествано за наличие на закономерност. Нулевата хипотеза (H_0) гласи, че между видовете плащания и териториалното им разпределение не съществува закономерност, т.е. двете променливи

са независими. Алтернативната хипотеза (H1) сочи наличие на закономерност или наличие на зависимост между двете променливи. Съгласно методиката на χ^2 , изчислената p-value е равна на 0.0005 (по-малко от приетото равнище на значимост от 0.05). Това показва, че има основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и приемане на алтернативната. Следователно, с 95% гаранционна вероятност може да се твърди, че между видовете плащания и тяхното разпределение по страти съществува закономерност. Както се вижда от данните, в големите градове има по-високо проникване на електронните разплащания, в сравнение с другите райони на страната.

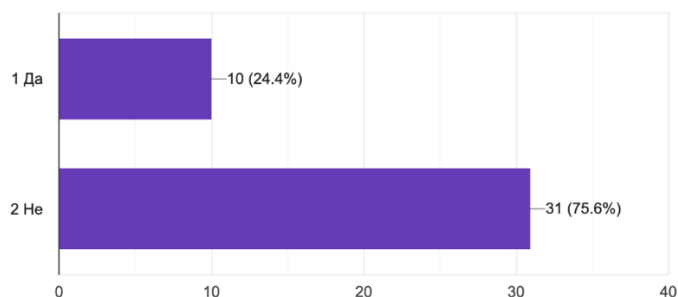
Изследването показва, че част от МСП в страната все още не са готови да използват картови плащания и **не приемат положително процесите на дигитализация** в своята дейност. Преобладаващата част от МСП, които не приемат плащания с карти на физическо ПОС устройство, не възнамеряват и за в бъдеще да поставят такова (75.6%), а само 24.4% от тях се интересуват от подобна перспектива.

Разпределението на МСП, нежелаещи да използват ПОС по страти, е тествано за наличие на закономерност.

Съгласно методиката на χ^2 , изчислената p-value е равна на 0.86 (по-голямо от приетото равнище на значимост от 0.05). Това показва, че няма основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и приемане на алтернативната. Следователно, с 95% гаранционна вероятност може да се твърди, че между нежеланието за инсталиране на ПОС и разпределението по страти не съществува закономерност.

Фигура 75. Ниво на приемане на картови плащания/притежаване на физическо ПОС терминално устройство

Имате ли намерение да поставите ПОС терминал?
41 responses



Интересни са съображенията на анкетираните МСП, които не разполагат с ПОС терминал, да се въздържат от предлагането на картови плащания. Те посочват следните **основни причини**:

Първата причина, посочена от над 1/3 от МСП (34.1%) без ПОС, е липсата на финансова изгода поради непосилни разходи за инсталирането и обслужването им. Очевидно е, че това е групата на МСП, чиято дейност е на ръба на оцеляването, и специално адресирани към тях мерки от държавата за подпомагане на инсталирането на ПОС за приемане на картови плащания биха били ефективни. Така се потвърждава 3-тата хипотеза на емпиричното изследване, тъй като този отговор е с най-висок дял сред търговците, не приемащи електронни плащания (34.1%).

Фигура 76. Причини за неприемане на картови плащания от респондентите, непритежаващи ПОС*

Какви са причините, пречките да не желаете да приемате картови разплащания?

41 responses



* На въпроса са отговаряли само респонденти, които са заявили, че не приемат електронни разплащания.

Втората основна причина, посочена от над 1/5 (22%) от анкетираните МСП без ПОС, е свързана с недоверие по отношение на ползите от въвеждане на електронни разплащания за развитието и оцеляването на бизнеса им. Тук ефективни биха били информационни и обучителни кампании за разкриване и обяснение на изгодите и предимствата на дигитализацията и на перспективите на новите технологични решения.

Около 1/6 от респондентите (17.1%), които не приемат картови плащания, посочват като причина ниския брой клиенти, които искат да използват услуги като плащане с карти, мобилни телефони и др. Тази група МСП очевидно произхожда от стратата на по-малките градове, където част от клиентите (поради ниски доходи, преклонна възраст, неумение за използване на новите технологии и др.) не притежава банкови карти, мобилни телефони и интернет.

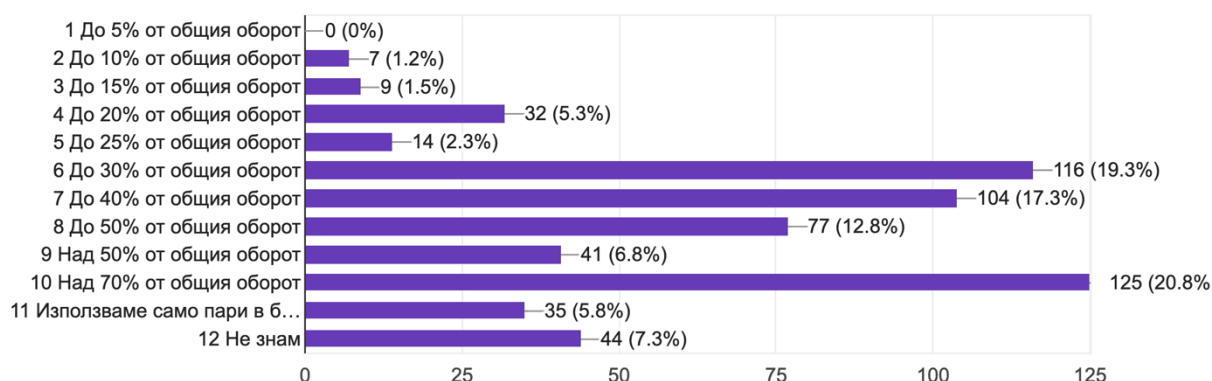
Друга 1/8 от анкетираните (12.2%) се въздържат от приемане на картови плащания поради опасения, че това ще доведе до сложна реорганизация на бизнеса им, а 7.3% се страхуват от рисковете за сигурността при новите технологии на плащане, поради липса на технологична подготовка. По отношение на тази група, ефективни биха били разяснителни и обучителни кампании за преодоляване на отрицателните нагласи и несигурността по отношение на приемането на електронните разплащания.

За определяне на степента на приемане на електронните и в частност на картовите разплащания от МСП от значение е **каква част съставляват те от цялостния оборот на предприятието.**

Фигура 77. Дял на картовите плащания от общия оборот на предприятието

Какъв е приблизителният процент на картовите разплащания от общия оборот във Вашето предприятие? (Моля, посочете 1 отговор)

600 responses



Резултатите от анкетата показват, че кешовите плащания в МСП все още са най-разпространени, макар обемите на картовите плащания да заемат все по-сериозно място в структурата на цялостния оборот на предприятието. Значителен е дялът на МСП (27.6%), чиито оборот от картови плащания е преобладаващ – над 50% от общия оборот на предприятието. При близо над 1/5 от анкетираните МСП (20.8%) обаче картовите плащания достигат дори над 70% от общия оборот на предприятието, а при 6.8% оборотът им е между 50% и 70% от общия оборот.

При близо половината (49.4%) от анкетираните предприятия картовите плащания заемат между 25% и 50% от общия оборот на МСП (19.3% посочват дял на картовите плащания от 25% до 30%, 17.3% – дял от оборота от 30% до 40%, и 12.8% – дял от оборота от 40% до 50%).

Както е видно, най-нисък е дялът на анкетираните МСП с дял на картовите плащания до 25% от общия оборот (едва 10.3%). При 1.2% МСП дялът на картовите плащания е само до 10% от оборота, при 1.5% – до 15% от оборота, при 5.3% – 15-20% от оборота, и при 2.3% от МСП – между 20% и 25% от оборота на предприятието.

Само 5.3% от анкетираните МСП приемат единствено пари в брой, а 7.3% не са дали отговор.

Тези резултати показват, че картовите плащания са преобладаващо с дял от 25% до 50% от общия оборот на предприятието. ПОС терминалите в МСП се приемат добре от клиентите и се използват, като дялът на картовите плащания може да стигне и до над 70% от оборота на предприятието.

Резултатът косвено свидетелства и за нараснало предпочитание на клиентите към използване на банкови карти за плащане на стоки и услуги. Те показват, че приемането на картовите плащания в България вече е двустранен процес. Колкото повече се увеличава предлагането им от МСП, толкова по-голяма е готовността и желанието за използването им от потребителите.

Резултатът показва също, че кешовите плащания, които са в основата на сивата икономика, все още преобладават в българските МСП.

Разпределението на оборотите от електронни разплащания по страти е тествано за наличие на закономерност. Нулевата хипотеза (H_0) гласи, че между оборотите от

електронните разплащания и териториалното им разпределение не съществува закономерност, т.е. двете променливи са независими. Алтернативната хипотеза (H1), сочи наличие на закономерност или наличие на зависимост между двете променливи. Съгласно методиката на χ^2 , изчислената p-value е равна на 0.006 (по-малко от приетото равнище на значимост от 0.05). Това показва, че има основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и приемане на алтернативната. Следователно, с 95% гаранционна вероятност може да се твърди, че между оборотите от електронни разплащания и тяхното разпределение по страти съществува закономерност. В големите градове има по-високи обороти на електронни разплащания, в сравнение с другите райони на страната.

1.2.2. Ползи от електронните разплащания за МСП

Безспорно **ползите** от въвеждане на дигитализацията и използване на картовите плащания за МСП са големи. Този факт вече се осъзнава от преобладаващата част от МСП. За това говори нарасналият брой фирми, притежаващи ПОС терминални устройства, както и значителният дял на плащанията с карти спрямо общия оборот на предприятието.

Фигура 78. Ползи от приемане на електронни разплащания

Какви са/биха били ползите за Вашата фирма приемане на електронни разплащания (Моля, отбележете толкова отговори, колкото са валидни за Вашето предприятие)

600 responses



Според изследването, най-много респонденти (над 1/4 или 27.8%) отбелязват като съществена полза за тяхното предприятие повишаването на конкурентоспособността му поради увеличение на предпочитанията на клиентите към плащания с карти или с мобилни телефони и нарастване на търсенето на подобна услуга. Малко под 1/4 (23.5%) оценяват като предимство факта, че електронните плащания водят до рационализиране и модернизиране на процесите в предприятието и намаляване на оперативните задачи при управлението на кеша. Друга съществена полза, посочена от 17.3% от респондентите, е увеличаването на приходите от продажби, понеже при плащане с карта клиентите са склонни да пазаруват повече и по-скъпи стоки.

Други предимства на електронните плащания, посочени от анкетираните, са улеснението, удобството и сигурността, която те дават на клиентите (14.2%), както и възможността да се привличат повече клиенти (12.5%). Най-малко анкетирани (едва 4.7%) виждат полза в намаляването на разходите за предприятието, тъй като при електронните плащания се спестяват средства от управлението на кеша.

Респондентите виждат и **други ефекти** от въвеждане на електронните плащания върху предприятието, като преобладаващата част от тях са положителни.

Фигура 79. Други ефекти върху предприятието вследствие на въвеждане на електронните плащания

Какви други ефекти от въвеждането на електронни разплащания има/би имало върху Вашия бизнес? (Моля, отбележете толкова отговори, колкото са валидни за Вашето предприятие)

577 responses



Улесняването на счетоводството и мениджмънта е най-ярко изявеният положителен ефект и е отбелязан от близо 1/2 от анкетираните (44.9%). В тази насока дигитализацията предоставя много възможности – от ползване на специализиран софтуер и все по-модерни приложения до подобряване на контрола върху процесите във фирмата и дейността на персонала. Друг сериозен положителен ефект е бързото и качествено управление на паричните потоци в предприятието (35.9% от респондентите). Електронните плащания позволяват лесно и навременно проследяване на приходите и разходите и осъществяване на адекватно управление на печалбата и загубите.

Отрицателни ефекти от електронните плащания откриват малко под 1/5 (20%) от анкетираните. 1/10 от анкетираните (9.5%) смятат, че чрез дигитализацията се повишават изискванията към персонала, а 10.5% – че се създават неудобства, като усложняване и разстройване на работата (5%) и увеличаване на разходите за стартиране на иновациите и работната заплата поради по-квалифициран труд, които не съответстват на повишението в приходите (4.7%).

Фактът, че преобладаващата част от МСП вече осъзнава и оценява значението на положителните ефекти от електронните плащания, също е косвен показател за нараснало доверие и приемане на процесите на дигитализация в областта на плащанията.

Електронните разплащания носят значими ползи не само за предприятието, но и за **неговия персонал**.

Фигура 80. Приемане на картовите плащания от служителите

Кои от изброените условия имат/биха имали най-голямо значение за служителите Ви при въвеждане/приемане от Вашата фирма на картов...вора, които са най-близки до Вашето мнение)
600 responses



Близко 1/2 от респондентите (45.2%) са убедени, че, поради бързината и значителното намаляване на кешовите обеми, електронните плащания облекчават труда на служителите от фирмата и увеличават продуктивността им. Като други предимства за персонала са посочени повишаването на квалификацията и знанията, тъй като е необходимо допълнително обучение за работа с електронни плащания (15.3%), формирането на психологична нагласа и умение за усвояване на нови технологии (15.3%), както и по-голямата удовлетвореност от работата (13.7%).

Незначителен е дялът на анкетираните (едва 2.7%), които смятат, че приемането на електронни плащания в предприятието им би довело до увеличаване на работната заплата на служителите. Очевидни са противоречивите нагласи у анкетираните работодатели и мениджъри. От една страна, те смятат, че използването на картови плащания предполага по-квалифициран труд на персонала и води до повишаване на знанията им, а от друга страна, не смятат, че това трябва да доведе до повишаване на работната заплата.

Само 7.8% от респондентите не виждат ползи и предимства за служителите си от въвеждане и приемане на електронните плащания.

Резултатите доказват, че преобладаващата част от МСП осъзнават ползите и положителните ефекти от приемане на електронните плащания, както и фактът, че по такъв начин предприятието се развива и разширява, повишава своята конкурентоспособност и икономически растеж.

1.2.3. Проблеми при обслужване на електронни плащания от МСП и мерки за разширяване на използването им от МСП

Повече от 1/2 от респондентите са открили два проблема като най-съществени: **недобротехнологично или софтуерно оборудване**, което дава грешки (25.8%), и **лошата или липсваща връзка с интернет** (25.5%).

Фигура 81. Проблеми при обслужване на електронните плащания

Какви проблеми срещате при обслужване на електронните разплащания (картови, мобилни, плащания чрез интернет и др.)?(Моля, отбележете...и, колкото са валидни за Вашето предприятие)
600 responses



И двата проблема са от технологично естество и са сигнал за по-дълбок обществен проблем – все още ниското ниво на дигитализация в България, което повишава търсенето и оскъпява технологичните продукти с по-високо качество в областта на плащанията. Поради липса на средства за инвестиции в тази област, част от микротърговците се ориентират към по-остарели конфигурации. Наред с това, все още скъпите такси за достъп до интернет и не дотам добрата му поддръжка от страна на доставчиците, както и изоставането по отношение на въвеждане на широколентов интернет, спъват процесите на използване на съвременните технологии в голяма част от МСП и генерират посочените проблеми. Изоставането на България в процесите на дигитализация в сравнение с останалите европейски държави е дискутирано и в Глава Втора на настоящото изложение. То е въпрос, който трябва приоритетно да бъде решен на национално ниво, тъй като има голямо значение за бизнеса, особено за МСП.

Като следващ по значимост проблем при обслужване на електронните плащания, посочен от двойно по-малко респонденти (13.5%), са високите такси за обслужване от банките. За решаване на този проблем, намесата на държавата може да бъде от решаваща полза. Чрез съответни политики, тя би могла да стимулира конкуренцията между банковия и финансовия сектор при предоставяне на финансови услуги на МСП, чрез които да се достигне до поевтиняване на таксите за обслужване на цифрови плащания за сметка на увеличаване на обема им.

Грешките и неопитността от страна на персонала при извършване на електронни плащания също намира място сред проблемите в тази област (7.7% от анкетираните). Този проблем е свързан с необходимостта от повече и по-достъпни обучителни програми, профилирани към нуждите на конкретни дейности или видове бизнес.

Неизправността на ПОС е сочена като един от съществените проблеми само от около 6.2% от респондентите, наред с технически неизправности, като лошо електрозахранване и др. – 2.4%. Преодоляването на пречките пред нормалното функциониране на ПОС терминалните устройства е тясно свързано с внедряването на повече нови съвременни технологии в МСП и подобряване на качеството на предоставяните им услуги от фирмите в IT сектора.

Затрудненията за клиента, ако плащането се извършва чрез повече стъпки, не са посочени като сериозен проблем от бизнеса (5.5%), което показва, че МСП все още не са достатъчно ориентирани към нуждите и удобствата за потребителите в областта на плащанията. Противно на разпространените в публичното пространство мнения,

наличието на малък брой клиенти, които ползват електронни разплащания, се смята за сериозен проблем само от 2% от респондентите.

Въвеждането и разширяването на електронните плащания в МСП е непрекъснат и неизбежен процес, тъй като в съвременния свят икономическите процеси са невъзможни без използване на цифрови технологии, както и без участието на МСП в него. В този смисъл, бизнесът акцентира върху три основни **мерки**, които биха допринесли за ускоряване на дигитализацията в областта на плащанията.

Фигура 82. Мерки за разширяване на използването на електронните плащания

Какви мерки смятате, че са необходими за да се разшири използването на електронни разплащания от МСП? (Моля, посочете 3 отговора, които са най-близо до Вашето мнение)
600 responses



Като най-важна мярка за МСП се очертава въвеждането на **стимули и облекчения от държавата за МСП за инсталиране на ПОС и приемане на картови разплащания**, като най-разпространения вид електронни плащания в настоящия момент. Тя е посочена от повече от половината респонденти (54.5%). Високата степен на одобрението ѝ е индикатор за невъзможността на този етап малкият бизнес да се справи с процесите на дигитализация, които носят редица ползи за разширяване и напредък на предприятията им, но са непосилни за тях без намеса на държавата.

В този смисъл е втората по значимост мярка, посочена от над 1/4 от анкетираните – предоставяне на безплатни образователни и обучителни програми и медийни кампании към фирмите относно финансовите услуги и решенията и ползите от приемането на електронни разплащания в бизнеса. Тя показва необходимостта от разширяване на кръгозора на българския предприемач, особено относно наличните към дадения момент възможности да се включи в процеса на дигитализация, да се запознае с най-новите съвременни технологични решения и да се научи да преценява стойността на инвестициите си и тяхната възвръщаемост в технологични продукти за развитие на неговия бизнес.

Интерес представлява и предложението за **въвеждане на задължителни мерки от държавата за регулиране на приемането на електронни плащания** в бизнеса (посочено от 14.5% от анкетираните). Това предложение би било ефективно, доколкото може да помогне за преодоляване на такива процеси като намаляване на сивата икономика, проследяване на глобалните парични потоци в държавата и укрепване на макроикономическите рамки. От друга страна, намесата на държавата с подобна регулация би затруднила съществено дейността на предприятията с нисък оборот и норма на печалба.

Въвеждането на стимули и **облекчения от държавата за потребителите**, които плащат с карти, е оценено от незначителна част от респондентите (4.7%). Този резултат показва, че бизнесът все още не разбира достатъчно протичащите пазарни процеси в областта на картовите плащания. Наличието на повече клиенти, които искат да плащат

с карти, би дало допълнителен тласък на търговците за предоставяне на по-бързи и по-качествени платежни услуги, като инсталиране на повече ПОС терминали в обектите, по-бързо обслужване на клиентите, улесняване на работата на касиерите, като се намалява тяхната отговорност и работата им с пари в брой, улесняване на ежедневното ръчно отчитане на оборота и др. Нарастването на броя на клиентите, които плащат с карти, води и до фокусиране на търговците в областта на иновациите и новите технологични решения в областта на плащанията. Ето защо мерките, насочени към насърчаване на потребителите да използват картови плащания и други електронни плащания, също биха оказали положителен ефект върху МСП.

Годишният доклад на ЕК за МСП 2020/2021 г. посочва и други мерки, които биха допринесли за дигитализацията на МСП, и биха били подходящи за областта на електронните плащания. Такива са:

- осъществяване на програмите за подкрепа на МСП за разширяване на електронните плащания, които са лесни за разбиране, кандидатстване и изпълнение от гледна точка на бенефициента; организиране на ключови програмни фокусни центрове за информация и ресурси, до които МСП да имат достъп за подкрепа на своите дейности в областта на цифровизацията;
- осигуряване на съвети относно разходите и ползите от модерните цифрови технологии и подкрепа за придобиване на необходимите умения или опит;
- помощ за набиране на средства за дигитализация на МСП;
- улесняване на достъпа до външно финансиране и осигуряване на бързи плащания;
- насърчаване на сътрудничеството с други партньори и заинтересовани страни.

Разпределението на предлаганите мерки по страти е тествано за наличие на закономерност.

Таблица 5. Наличие на закономерност при разпределението на предлаганите мерки по страти

Мерки / Страти	Бургас	Варна	Малки градове и села	Русе	София	Стара Загора
1. Предоставяне на безплатни образователни и обучителни програми/медийни кампании към фирмите относно финансовите услуги и решения и ползите от приемането на електронни разплащания в бизнеса	29	32	26	24	19	28
2. Въвеждане на стимули и облекчения от държавата за МСП при приемане на картови разплащания и инсталиране на ПОС	55	58	55	56	57	46
3. Въвеждане на стимули и облекчения от държавата за потребителите при използване на картови разплащания	3		11	1	8	2
4. Въвеждане на задължителни мерки от държавата за регулиране на приемането на електронни плащания в бизнеса	13	10	8	19	13	24

Съгласно методиката на χ^2 , изчислената p-value е равна на 0.0003 (по-малко от приетото равнище на значимост от 0.05). Това показва, че има основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и приемане на алтернативната. Следователно, с 95% гаранционна вероятност може да се твърди, че между предлаганите мерки и разпределението по страти съществува закономерност. От това следва, че за различните райони в страната са подходящи и ефективни различни мерки и за насърчаване на използването на електронни плащания.

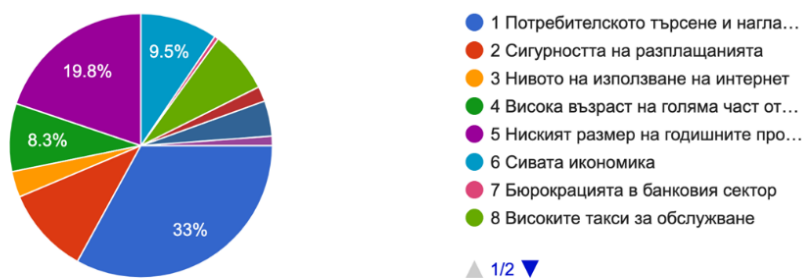
Тези резултати доказват, че подкрепата и правилно адресираните стимули от страна на държавата за МСП са от ключово значение за разширяване на електронните плащания, за повишаване на тяхната конкурентоспособност и по-висок икономически растеж.

1.2.4. Фактори, оказващи влияние върху въвеждането и използването на електронни плащания в МСП

Въвеждането и развитието на електронните плащания, като един от съществените елементи на дигитализацията, има голямо значение за развитието на МСП и цялостната икономика на страната. Ето защо **факторите**, които оказват влияние върху тяхното използване от предприятията, дават възможност да се разкрият процесите и явленията, които протичат в обществото и в стопанския живот в тази връзка, да се идентифицират проблемите и предизвикателствата и да се набележат мерки за решаването им.

Фигура 83. Фактори, оказващи влияние върху използването на електронни плащания от МСП

Какви са основните фактори, които оказват влияние върху използването на електронни плащания от МСП? (Моля, отбележете толкова отговори, колкото са валидни за Вашата фирма)
600 responses



Резултатите от изследването показват, че е налице комплекс от фактори, чиято съвкупност предизвиква, подпомага или пречат дигитализацията на МСП в областта на плащанията.

Най-голямо значение анкетираните отдават на обективните икономически фактори. 1/3 от респондентите (33%) са посочили като основен фактор **потребителското търсене и нагласите на потребителите** за използване на електронни платежни инструменти. Този факт показва, че пазарът на плащанията у нас все повече се влияе от нуждите и

желанията на клиентите и те придобиват все по-голямо значение за дейността на МСП. Въпреки че около важността на този фактор са се обединили най-много респонденти, ролята на стимулите от страна на публичния сектор за насърчаване на картовите плащания сред потребителите не е оценена в достатъчна степен (Фигура 82).

Друг открояващ се фактор е **ниският размер на годишните продажби** за преобладаваща част от предприятията в страната, посочен от близо 1/5 (19.8%) от анкетираниите. Факторът има препятстващо въздействие върху процесите на дигитализация, и в частност на използване на електронни плащания от МСП, тъй като иновациите изискват инвестиции, а собствениците на слабо развитите предприятия, каквито са голяма част от българските микропредприятия, са недоверчиви към новото и непознатото и трудно се убеждават в ползите от него. В Годишния доклад на ЕК за МСП 2020/2021 г. факторът липса на финансови ресурси, наред с липсата на умения, включително управленски, са открити като намаляващи вероятността от възприемане както на основни, така и на усъвършенствани цифрови технологии от микро- и малки предприятия.¹⁶⁸

Високата възраст на голяма част от потребителите, които се затрудняват да използват електронни плащания (8.3%), също оказва влияние върху процесите на използване на нови технологии на плащане, особено в райони с преобладаващо възрастно население. Ограничаването на въздействието на този фактор изисква специална национална политика за разработване и внедряване на лесни за използване платежни инструменти, подходящи за тази възрастова категория, и насърчаване на уменията на хората от третата възраст за работа с тях.

Високите такси на обслужване, налагани от банките, също представляват пречка за използване на електронните плащания от МСП (7.7% от респондентите). Този фактор заслужава по-сериозно внимание, макар при отговорите в анкетата да е изместен на позаден план от други, оценени като по-значими фактори. Той налага да се търсят и внедряват от държавата мерки за балансиране на интересите на МСП и банковия сектор в тази посока.

Проблемите, произтичащи от **сигурността на информационните технологии** са идентифицирани от ЕК като важен фактор в областта на дигитализацията, но незначителна част (2.7%) от участващите в анкетата са оценили неговото значение. В областта на плащанията, сигурността има както положителен, така и възпиращ ефект върху въвеждането и използването на електронните платежни инструменти. Когато МСП използват съвременен иновативен софтуер с все по-усъвършенствани защити по отношение на плащанията, сигурността им се превръща в конкурентно предимство и улеснява привличането на повече клиенти. Когато обаче се използват по-стари софтуерни продукти, при които плащанията не са така добре защитени, у потребителите се създават отрицателни нагласи към електронните платежни инструменти. На глобално ниво, сигурността на електронните плащания е отделен и изключително важен процес, който се усъвършенства непрекъснато. На пазара излизат все по-надеждни и улеснени технологии за автентификация, токенизация и други способи за идентификация на субекта на плащането и за защита на личните му данни с цел предотвратяване на злоупотреби с тях. Освен това, периодичното актуализиране на използваните от предприятията софтуерни продукти, с оглед на повишаване на сигурността на плащанията, играе съществена роля за предпазване от нежелани намеси

¹⁶⁸ Annual Report on European SMEs.2020/2021; Digitalisation of SMEs., с. 85. Използвани са отговорите на МСП от ЕС-27 на проучването Flash Eurobarometer 486.

и кибератаки в системата на предприятието и за гарантиране на сигурността на клиентските плащания.

Фактори като **ниско ниво на използване на интернет в България (3.2%), бюрокрация в банковия сектор (0.6%), наличие на слабо развити региони (4.3%) и незаинтересованост на собствениците на МСП (1.7%)**, са посочени от малък брой респонденти. Това е индикация за по-ниската им степен на влияние върху процеса на въвеждане и увеличаване на електронните плащания в предприятията.

Разпределението на посочените основни фактори за използване на електронни разплащания в МСП по страти, пол, възраст и образование на анкетираните, са тествани за наличие на закономерност. Всяко разпределение е тествано отделно с нулева хипотеза (H_0) (между посочваните фактори и тяхното разпределение по изброените признаци не съществува закономерност, т.е. двете променливи са независими), както и за алтернативна хипотеза (H_1) (наличие на закономерност между двете тествани променливи).

Съгласно методиката на χ^2 , изчислените р-стойности за отделните променливи са както следва:

- разпределение на посочваните фактори по страти – 0.000;
- разпределение на посочваните фактори по пол на анкетираното лице – 0.006;
- разпределение на посочваните фактори по възраст на анкетираното лице – 0.044;
- разпределение на посочваните фактори по образование на анкетираното лице – 0.023.

И при четирите теста изчислената р-стойност е по-малка от приетото равнище на значимост от 0.05, поради което има основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и приемане на алтернативната. Следователно, с 95% гаранционна вероятност може да се твърди, че между посочените основни фактори за използване на електронни разплащания в МСП, от една страна, и разпределението им по страти, възраст и образование на анкетираното лице, от друга, съществува закономерност.

Получените резултати открояват като по-значими факторите потребителско поведение и нагласи за използване на електронни плащания и нисък размер на годишните продажби в предприятията. Влиянието на фактори като разходи за приемане на електронни разплащания и такси на обслужване, както и сигурност на информационните технологии е оценено слабо.

1.2.5. Сивата икономика

Сивата икономика е изключително тясно свързана с електронните плащания. Сами по себе си, плащанията в брой представляват генератори на сива икономика, тъй като трансакциите могат да останат скрити, като се избягва данъчно облагане, прикрива се незаконна дейност или имущество, укриват се доходи от престъпна дейност, дори свързана с изпиране на пари. Увеличаването на електронните плащания води до сериозно ограничаване на тези негативни феномени в икономиката и обществото.

Сивата икономика се разглежда като част от комплекса от фактори, влияещи върху използването на електронните плащания.

Както е видно от Фигура 83, сивата икономика е идентифицирана като такъв фактор от близо 1/10 (9.5%) от респондентите.

Показателите на Индекса „Икономика на светло“ показват, че през последните 10 години сивата икономика в България намалява, но все още нивата ѝ са над 20%. Това означава, че в сивия сектор се генерират повече от 25 млрд. лв. недеklarирани средства. Това води до изкривявания в икономическия, социалния и обществено-политическия живот и убива лоялната конкуренция, която е в основата на пазарните отношения. Тази цифра се потвърждава и от Министерство на финансите през 2019 г., което съобщава за около 25 млрд. лв. сиви обороти в България.

Фигура 84. Сивата икономика като фактор, пренятстващ въвеждането на електронни плащания от МСП

Смятате ли, че нежеланието за приемане на електронни разплащания от МСП е тясно свързано със сивата икономика? (Можете да посочите повече от 1 отговор)
600 responses



Резултатите показват, че мненията относно наличието на връзка между приемането на електронни плащания от МСП и участието им в сивия сектор на икономиката, са почти разделени. Лек превес имат отрицателните отговори (56.5% от респондентите). Те са склонни да свързват нежеланието за приемане на електронни плащания от МСП с причини извън сивата икономика. Значителна част (над 1/4 или 26.8%) са обединени около виждането, че причината за неприемане на електронни плащания е следствие по-скоро от незаинтересованост на МСП, тъй като държавата не им предоставя достатъчно облекчения и стимули, а не толкова от участие в сивия сектор. Наблюдава се противоречивост в мнението на българския бизнес, който не идентифицира незаинтересоваността на собствениците на МСП като значим фактор, влияещ върху внедряването на електронни разплащания (1.7%) (Фигура 83). Такова противоречие се дължи на факта, че част от анкетираните МСП участват по един или друг начин в сивия сектор, поради което отговорите им са социално желателни.

Друга част (18.7%) свързват неприемането на електронни плащания повече с бедността на българските МСП, отколкото с нелоялни и сенчести практики. Те смятат, че огромна част от МСП са на прага на оцеляването и разходите за електронни плащания са непосилни за тях.

Част от анкетираните (11%) отдават неприемането на електронни плащания по-скоро на наличието на социални нагласи у някои собственици на МСП против осъществяването на контрол върху тях от страна на държавата. Те смятат, че съществуват МСП, които не укриват обороти и не са част от сивата икономика, но съпротивата им срещу електронните плащания се дължи на факта, че така ще станат проследими и паричните потоци на предприятието могат да бъдат обект на различни видове контрол и регулации. Доколкото контролът върху плащанията се осъществява предимно от данъчните органи с оглед на укриване на данъци, наличието на подобни нагласи е сигнал за нежелание да се спазват регулациите относно данъчното облагане и

търсене на начини за легалното им заобикаляне, което също е свързано, по един или друг начин, с нелоялни търговски практики.

Всеки втори от 5 респонденти (41.3%) вижда наличие на пряка връзка между неприемането на електронни плащания от МСП и евентуалното им участие в сивия сектор. Най-много анкетирани (28.5%) са заявили категорично, че МСП, които не приемат електронни плащания, по един или друг начин са част от сивия сектор. Над 1/10 (12.8%) свързват неприемането на електронни плащания от МСП изцяло с укриването на данъци, тъй като последните са прекалено високи.

Незначителна част (2.2%) от респондентите не са отговорили или са дали други отговори.

Тези резултати дават възможност да се направят няколко важни извода. Фактът, че малко под 1/2 от собствениците на МСП виждат пряка връзка между сивия сектор и нежеланието да се приемат картови и други електронни плащания, е важна отправна точка за изследване на процесите, които протичат в обществото като следствие от дигитализацията. Ефектът от иновациите и новите технологични решения се проявява не само по отношение на подобряване на бизнес процесите, управление на предприятието и намаляване на разходите му, но и по отношение на цялата икономика, чрез излизане на светло на паричните потоци и оптимизиране на данъчната система, която е един от стожерите на устойчивото развитие.

Даването на социално желателни отговори и наличието на социални нагласи у собствениците на МСП за избягване на регулациите и контрола на държавата са също важен индикатор относно участие на част от МСП в сенчестата икономика.

Констатиран са и нагласи на съпротива срещу въвеждане и използване на електронни плащания, свързани с несправедливостта на данъчната система, която разчита на събираемост от страна на малкия бизнес, а толерира едрия бизнес с несъразмерно ниски данъчни ставки.

Зад сивата икономика, генерирана от МСП, прозира действието на някои **социални процеси**, за които пряко или косвено свидетелстват и резултатите от настоящото изследване.

На първо място, това е **ниската ценност на държавата** като институция. Отношението на предприемачите към плащането на данъци разкрива ценностното им отношение към държавата. Констатираните нагласи, че за тях е икономически ефективно да не плащат данъци, отразяват неразбирането им за обществените функции на данъчното облагане, както и слабото им доверие в държавните институции.

На второ място, нихилистичната нагласа към данъчната система у част от предприемачите се обуславя и от високото равнище на преките и косвените данъци за бизнеса. Все още в България **не е добре диференцирана и институционализирана структурата на интересите** на различните групи в частния бизнес. По този начин, влиянието им при формиране на данъчната политика е ограничено и едностранчиво. Политическата класа не отчита правилно интересите на всички групи в бизнеса, а единствено на тези, които лобират или осъществяват натиск.

Процесите на заграбване на държавно имущество и **криминално забогатяване** от края на XX век и в началото на XXI век, олигархичните структури, корупцията, криминалната икономика и др., част от които продължават и сега, както и срастването им с държавата, са също пречка за формиране на лоялно отношение на предприемачите към данъчната система.

Не трябва да се подценяват и регулациите, които въвеждат несъразмерни наказания за нарушения на данъчното законодателство (ниски за престъпленията, твърде високи за нарушения като неподаване на декларация в срок и др.), неоправдани преференции за едрия бизнес и липса на данъчни облекчения за дребния бизнес.

Изразените от респондентите мнения за наличие на връзка между неприемането на електронни плащания и участие на част от МСП в сивата икономика мотивират необходимостта от изследване на финансовите аспекти от увеличаване на електронните плащания в МПС, а именно: дали и какъв ефект би имало увеличаването им върху изсветляването на икономиката и конкретно върху приходите от ДДС.

2. Финансови аспекти от увеличаване на електронните плащания от малки и средни предприятия

2.1. Същност и значение на сивата икономика

2.1.1. Дефиниране на явлението сива икономика

Поставянето на сивата икономика от респондентите на трето място в комплекса от фактори и противоположните им мнения относно връзката ѝ с приемането на електронни плащания от МСП налагат да се отдели внимание и върху явлението сива икономика.

Повечето съвременни икономисти различават формалната от неформалната икономика. Те смятат, че неформалната икономика включва всички икономически дейности и процеси, които се извършват при нарушение или заобикаляне на държавните регулации, както и нерегулираните от държавата икономически дейности. Част от нея са и явления с криминален характер, като корупция, неплащане на данъци, пране на пари, генериране на доходи от престъпна дейност и други нелегални практики. Поради това неформалната икономика се смята за хетерогенно явление, обхващащо качествено различни дейности, които не могат да бъдат общо дефинирани. За обозначаването ѝ се използва разностранна терминология, като черна икономика, сенчеста икономика, сива икономика, скрита икономика, криминална икономика и др. (Чавдарова, 2001, с. 163).¹⁶⁹ В литературата, както и в различни анализи и доклади на международни финансови институции, също се използват изброените термини. В България най-широко разпространение са получили термините сенчеста икономика и сива икономика и често се употребяват като взаимнозаменяеми понятия, включително като синоними на термина неформална икономика. Термините сенчеста икономика и ненаблюдавана икономика са широко използвани и на европейско ниво.

Към момента няма общоприета формална дефиниция на феномена сива или сенчеста икономика, нито в икономическата теория, нито в нормативната уредба на национално и международно ниво. В литературата явлението се разглежда от гледна точка на различни обществени отношения – фискални, пазарни, юридически и статистически (Стойков, Димитрова, 1999).

Според финансовото разбиране, сивият сектор в икономиката се формира в зависимост от спазването на данъчните закони от юридическите и физическите лица. От финансова гледна точка, към сивата икономика се отнасят дейности, за които не се плащат

¹⁶⁹ Проучване на добри практики в борбата със сивата икономика. <https://www.vsa.bcci.bg/files/custom/2013/ReportLithuania.pdf>.

задължения към фиска – данъци, такси, мита, акцизи и др. Това разбиране не може да служи за цялостно определяне на понятието, тъй като не включва незаконните дейности като търговия с непозволенни предмети, нерегистрирани и нелицензирани дейности и др.

Икономическата дефиниция за формулиране на понятието сива икономика изхожда от разделянето на дейностите на платими и неплатими. Неплатими са домашните дейности и други прояви на доброволен труд и не се включват в сивата икономика, но голяма част от тях могат да бъдат предмет на сива икономика, като доходи на лица, които извършват ремонти или други услуги в домакинствата, укрити от данъчните власти. Такава дефиниция също не описва цялостно всички аспекти на явлениято.

Юридическата дефиниция включва в сивата икономика всички незаконни икономически дейности, докато законните се причисляват към формалната или официалната икономика. Доколкото част от законните дейности също могат да са предмет на сива икономика (например нерегистрираните), това схващане също не може да се приеме като общовалидно, а остава само в рамките на юридическата наука.

Статистическото схващане изхожда от необходимостта за наблюдаване на икономическите дейности и обхващането им в официалната статистика. То също не може да се приеме за общовалидно, защото често по различни причини за част от икономиката липсва статистическа информация, независимо дали се касае за скрита икономиката, която умишлено не се докладва по надлежния ред, или за липса на актуални данни за формалната икономика.

Други определения за сивата икономика се намират в доклади и актове на различни международни и европейски институции.

Световната банка дефинира сивата икономика като „пазарно основано производство на стоки и услуги, които са като цяло законни според правната рамка, които обаче се укриват с цел избягване на плащане на данъци и осигуровки или спазване на продуктова или факторна пазарна регулация” (Packard, Koettl, Montenegro, 2012).

Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) дава също сходна дефиниция: „заетост или друга стопанска дейност, насочена към производство на позволени от закона стоки и услуги, при които едно или повече нормативни изисквания, свързани със заетостта и процеса на производство, не са спазени”.

Както е видно, тези две определения не обхващат в сивата икономика непозволените от закона дейности.

Според Системата на национални сметки 2008 (SNA¹⁷⁰ 2008) на ООН¹⁷¹, сивата или още ненаблюдаваната икономика се описва като дейности, които по една или друга причина не са включени в редовни статистически проучвания, без значение дали дейността е незаконна или прикрива такава, или има неофициален/нерегистриран характер. Към нея могат да се причислят и законни дейности, но съзнателно укрити от публичните органи с цел избягване на плащане на данъци върху доходите, ДДС или други данъци, плащането на осигурителни вноски или необходимостта да отговарят на определени правни стандарти, например минимална работна заплата, максимално работно време, стандарти за безопасност или здраве и др.

¹⁷⁰ От англ. *System of National Accounts*.

¹⁷¹ SNA 2008 е резултат от сътрудничеството между ООН, Международния валутен фонд и Световната банка, Организацията за икономическо сътрудничество и развитие и статистическата служба на ЕО.

Европейската система от сметки (ESA¹⁷² 2010) е по-подробна версия на SNA 2008, предоставена от Европейската комисия за страните от Европейския съюз (OECD, 2002). Тя използва термина „ненаблюдавана икономика“, който включва:

- незаконни дейности, свързани с икономическа сделка (например продажба на наркотици);
- скрити дейности, които не са незаконни, но не са докладвани, за да се избегне официален контрол (например неотчетена част от приходите за избягване на данъчно облагане);
- дейности, описани като „неформални“, обикновено нерегистрирани (например улични търговци и др.);
- домашно производство на стоки за собствено потребление, които не се продават на пазара.

Настоящото изследване се придържа към цитираната дефиниция на ЕК и сивата икономика може да се разглежда като неотчетена икономическа дейност, свързана както с регистрирани, така и с нерегистрирани структури и дейности. Термините сива и сенчеста икономика ще бъдат използвани като взаимнозаменяеми.

2.1.2. Видове сива икономика в областта на плащанията, свързана с МСП

Необходимо е да се анализират аспектите на сивата икономика, които в най-голяма степен рефлексират върху МСП, и използването на системата на електронните плащания. Плащането в брой е много важен общ фактор за сивата икономика, тъй като позволява продавачът да не докладва сделката, докато при електронната трансакция това е невъзможно. В този смисъл, различават се два вида сенчеста икономика – **парична и непарична**.¹⁷³

- *Паричната* сенчеста икономика обхваща неотчетените икономически дейности, свързани с парични операции. Именно те са основен фокус на настоящото изследване.

Паричната сива икономика трябва да включи цялата ненаблюдавана икономика, скритите, неофициалните и незаконните дейности.

- *Непаричната/немонетарната* сива икономика е свързана с домашното производство на стоки за собствена употреба.

В зависимост от стойността на неотчетените парични трансакции се разграничават две категории парична сива икономика – **пасивна и активна**.¹⁷⁴ Те изискват прилагането на различни мерки за противодействие.

Пасивната парична сива икономика е свързана с плащанията в брой, които не оставят електронна следа и докладването им може да се избегне сравнително лесно. Така те попадат в сивия сектор, като остават скрити и търговецът избягва плащането на

¹⁷² От англ. *European System of Accounts*.

¹⁷³ Видовете сива икономика, имащи отношение към областта на плащанията, са посочени от Ernst & Young (EY), европейска компания, която работи в областта на осигуряването и консултирането на транзакционните услуги, в доклад „Reducing the shadow economy through electronic payments“, <http://www.ey.com/pl/electronic-payments>.

¹⁷⁴ Reducing the shadow economy through electronic payments. <http://www.ey.com/pl/electronic-payments>.

данъци. Тази категория е наречена пасивна сива икономика, тъй като потребителят е пасивен, няма полза да не се докладва сделката и може дори да не е наясно, че неговото плащане остава скрито за данъчните органи. При трансакцията в пасивната сива икономика продавачът (МСП) винаги е регистриран.

Такива са например плащанията в брой от потребителя в ресторант, или за услуги, когато продавачът не регистрира сделката, за да избегне данъчно облагане, без потребителят да има представа за това.

При *активната* парична сива икономика плащането на пари в брой не се докладва от търговеца също с цел да се прикрие незаконна дейност, състояща се в избягване на данъчни задължения или сделки с незаконни продукти или услуги. Тук обаче и двете страни на трансакцията са заинтересовани да използват пари в брой като платежно средство, за да не се отчете извършената трансакция и да остане скрита. В този случай, клиентът също има интерес и се съгласява да не се докладва плащането, тъй като се възползва от по-ниска цена, произтичаща от укриването на данъчни плащания или от придобиване на незаконни стоки или услуги.

Например, в строителния и ремонтния бизнес и двете страни (строителят/работникът и клиентът (доставчик на материали, или собственик на ремонтирания обект) могат да постигнат съгласие за заплащане в брой, без сключване на договор и фактуриране на дейността, за да избегнат данъци, от което ще се възползват и двамата.

Такива са и плащанията при нерегистрирана улична търговия, от която се облагодетелстват и двете страни – купувачът купува на по-ниски цени, а продавачът избягва разходите по регистрация и облагане с данъци.

Действията, насочени към ограничаване на сивата икономика, трябва да доведат до намалено търсене на пари в брой и увеличено използване на електронни плащания.

Активната сива икономика се генерира от изричното или косвено споразумение между двете страни на трансакцията, за да се възползват от укриване на данъци или незаконна покупка или продажба на продукти или услуги. Тяхното поведение няма да бъде повлияно от подобряване на достъпа до инфраструктурата за електронни плащания. Мерките за намаляване на активната сива икономика трябва да включват увеличаване на правата и задълженията на инспекциите по труда в рисковите сектори, намаляване на административната тежест, свързана с регистрация на предприятия, лицензиране на дейности и др.

Активната сива икономика може да бъде свързана и със значителен брой нерегистрирани фирми и заетост. В тези случаи, потребителите нямат възможност за извършване на електронни плащания. Следователно, първоначално мерките трябва да са насочени към регистрация на нелегалния бизнес.

Пасивната сива икономика се генерира вследствие на плащания в брой. Ако е извършено електронно плащане, възможността трансакцията да не се регистрира значително намалява. Този вид сива икономика може да бъде намален или чрез мерки за насърчаване на електронните плащания, или чрез увеличаване на дела на регистрираните операции, които се плащат в брой.

Ето защо при противодействието на сивата икономика в областта на плащанията трябва да се подхожда поетапно. Намаляването на нерегистрирания бизнес ще намали активната сива икономика, но може да увеличи пасивната. Това явление се наблюдава поради факта, че излезлият на светло предприемач може да продължи да генерира сива

икономика като не предоставя възможности за електронни и най-вече картови плащания, а работи с пари в брой, без да докладва всички трансакции.

Най-често, ползите за икономическия субект да оперира в сивата икономика се изразяват в спестяване на разходи, които предприемачите се опитват да избегнат.

Тези разходи могат да бъдат свързани със:

- задължения за плащане на данъци, осигуровки, такси и др., като не се отчитат стопански операции и заетост, или се декларират по-ниски обороти, доходи, печалби;
- специфични регулации относно наемане на персонал, условия на труд и други задължения на работодателя, тъй като повишават разходите за труд;
- продуктови/секторни регулации, касаещи производството или използването на дадени продукти или услуги (например, свързани със защита на потребителя, опазване на здравето и сигурността на работниците и служителите и др.);
- квоти, ограничения и др., като лицензиране на дейности и професии, изисквания за квалификация и др.;
- административни разходи (compliance costs) по отчитане и документиране на спазването на законовите изисквания.

Спестяването на такива разходи е мощен стимул за МСП да продължават да приемат преимуществено плащания с пари в брой, без да държат сметка, че така се намалява тяхната конкурентоспособност, икономическия им растеж и ефективността на икономиката като цяло. Поради това е необходимо държавните органи да преразгледат и намалят част от тези разходи, за да стимулират изсветляването на икономическите процеси в МСП в областта на плащанията.

От друга страна, оперирането в сенчестия сектор създава значителни неудобства за МСП. Такива са:

- разходи, свързани с контрола на държавата върху дейността им, например евентуално наложени им санкции;
- труден достъп до финансиране и до публични услуги;
- отлив на квалифицирана работна ръка;
- разходи за създаване на двойно счетоводство, паралелни отчетни системи и др.

Въвеждането и използването на електронни и картови плащания влияе върху следните социални явления, произтичащи от сивата икономика в България:

За бизнеса:

- премахване на нелегалната икономическа дейност от името на нерегистрирани ЮЛ (фантоми);
- премахване на форми на нелегални дейности и практики, които отнемат значителни приходи от държавния бюджет – непостъпване на средства в бюджета от дължими данъци, заплащане от държавния бюджет на социални помощи за нелегално заети лица и др.;
- подобряване на дейността по планиране и разпределение на обема на БВП, както и цялостното управление на икономиката;

- ограничаване на деформациите в динамиката на икономическия растеж;
- условия за по-сигурна бизнес среда и привличане на чуждестранни инвестиции;
- развиване на пазарно поведение, мотивирано от честната конкуренция и печалбата.

За служителите:

- създаване на условия за сигурно и законосъобразно протичане на трудовия процес в страната по отношение на заплащане на труда и социално осигуряване на работещите;
- ограничаване и премахване на полагането на наемен труд без договор (обикновено неквалифициран) с безотчетно заплащане, жестока трудова експлоатация и функциониране на черен пазар на труда;
- съобразяване на заплащането на труда с минималната работна заплата, заплащане на медицинско и обществено осигуряване, както и спазване на останалите права на работника или служителя.

Засилената регулация в последните години по отношение на банките и финансовите/платежните институции ги задължава да наложат стриктни правила и условия към клиентите си, с цел повишаване на контрола и превенцията на изпирането на пари. Така дигитализацията на плащанията и техният растеж се явяват един от инструментите в борбата със сивата икономика, който ограничава разплащанията на ръка, а оттам и сивата икономика.

2.2. Модели за изчисляване на сивата икономика

Измерването на сивата икономика е сложен и нееднозначен процес, предвид факта, че по същество тя е скрита, неформална, нерегистрирана, и за нейния размер липсват официални и достоверни данни и източници. Обикновено за нея се съди чрез анализ на косвени индикатори, изведени от официални данни на държавните институции, като за целта се използват множество подходи и емпирични модели. Поради това не съществуват точни критерии за оценяването ѝ и се прилагат методи за опосредстваното ѝ измерване като процент от величината на БВП. За целта трябва да бъде определен точно и обосновано периодът на извършване на измерването, както и да бъдат подбрани специфични показатели, съобразени с особеностите на съответната страна. Поради това редица автори са на мнение, че различните методи и подходи, и дори измервания чрез прилагане на един и същи подход в различни държави, са несъпоставими (Стойков, Димитрова, 1999, с. 31).

Измерването на сивата икономика като дял от БВП визира установяване на разлика между действителния и отчетения (регистрирания) от официалната статистика обем на БВП, т.е. разликата във величината на действителните доходи и величината на доходите, обхванати от официалната статистика. За отчитане на тази разлика се определя коефициент, представляващ отношението на посочените две величини една към друга, който изразява дела на сивата икономика към цялата икономика на страната. Този коефициент има стойност между 0 и 1. Колкото стойността му е по-близо до нулата, толкова по-малък е дялът на недекларираната и неотчетената продукция спрямо всички реализирани доходи. Идеалният случай е, когато в официалната статистика са обхванати всички доходи и коефициентът е равен на 0. На практика такова състояние е невъзможно в нито една държава по света.

За изчисляване на този коефициент се използват редица методи. Част от тях се основават на извадкови проучвания на подбрани икономически субекти чрез анкети с

предварително изготвени въпроси, като проучванията имат представителен характер. Резултатите от тези проучвания обикновено са приблизителни.

Възможно е сивата икономика да се определи и чрез проследяване на размера и динамиката на основни фактори на производството, върху които тя оказва силно влияние. За целта се наблюдават потребената електроенергия, крайното изразходване на доходите, трудовият пазар чрез регистрираните и действителните безработни, изразходваният и обявеният труд за произвеждане на декларираната продукция, паричното обращение и др. Чрез прилагане на косвени методи се получава приблизителна количествена оценка на величината на сивата икономика като част от БВП.

Най-голямо значение за остойностяване на ефекта от увеличаване на електронните трансакции имат следните модели за измерване на сивата икономика:

- измерване според количеството пари в обращение – изчислява се корелацията между паричното търсене и данъчната тежест, тъй като се смята, че трансакциите в брой се извършват с цел да останат непроследими и да се избегне неплащането на данъчни задължения, като това се приема като основен източник на сивата икономика. Смята се, че многото пари в брой в обръщение, съпоставени с общата парична маса в държавата, е индикатор за голям обем на сивата икономика. При изготвяне на модела се отчитат преките и косвените данъци и законовите регулации в данъчната система, които също могат да окажат влияние като фактори за нарастване на сивата икономика.
- използване на индексни методи, които се основават на методите на отклонение – на дохода от разхода, на реалната и официалната заетост, на паричното обращение. Общото между тях е сравняването на фактическия и отчетения БВП в официалната статистика.

В този контекст може да се посочи въведеният в България „композилен индекс на светло“,¹⁷⁵ който измерва изсветляването на икономиката и така и намаляването или увеличаването на дела на сивия сектор. Тук изчисленията съдържат два компонента – статистически (ДДС, пари в икономиката, заети лица, акцизи, външна търговия) и социологически (търговски дружества и служители). Вземат се предвид и редица елементи, като среден брой новорегистрирани безработни, средна продължителност на работната седмица, размер на нови поръчки на производители за стоки и материали, парично предлагане, срок на доставка на нови стоки на търговците и др.

- използване на иконометрични методи – чрез определяне на зависими и независими променливи. Например обемът на БВП е зависимата променлива, а факторите, които влияят върху сивата икономика, са независими променливи и др. Тук се включват и методи за оценяване на производството и добавената стойност, метод за определяне на общата численост на заетите лица и количеството свършена работа, методи, основани на анализ на пазара на труда и др. (Стойков, Димитрова, 1999, с. 36).
- структурно уравнение за измерване на корупцията и сивата икономика¹⁷⁶, което позволява анализ на явленията на макроикономическо ниво, известно още като моделът SEM¹⁷⁷. Моделът MIMIC¹⁷⁸ е статистически и е разновидност на SEM. Чрез

¹⁷⁵ В България е въведен през 2011 г. с проекта „Ограничаване и превенция на неформалната икономика“, осъществяван от Асоциацията на индустриалния капитал в България.

¹⁷⁶ Buehn, Andreas, F. G, Shneider, Institute for the Study of Labor, IZA, <http://ftp.iza.org/dp4182.pdf>.

¹⁷⁷ От англ. *Structural Equation Model for corruption and shadow economy*.

него се установяват с точност ефектите, които допринасят развитието на електронните плащания на глава от населението, като се постига по-голяма конкретика и се дава възможност за посочване на тенденции. Основен компонент на модела са парите в брой, тъй като, според преобладаващото мнение в теорията и практиката, те стоят в основата на сивата икономика. По принцип кешовите трансакции трудно могат да бъдат проследени. Друг основен компонент на модела МІМІС е реалният БВП, който отчита истинския обем на цялостната икономика, без корекция с индекса на инфлацията.

Предвид условията на паричен съвет в България, БНБ не може да осъществи контрол върху динамиката на кешовите плащания, а индикатор може да бъде само повишеното търсене на пари в държавата.

- оригиналната методология, използвана от Ernst & Young (EY), европейска компания в областта на осигуряването и консултирането на трансакционни услуги,¹⁷⁹ тъй като тя е фокусирана върху отчитане на влиянието, което увеличаването на електронните плащания оказва за намаляване на сивата икономика.

Методологията включва оценка на различните компоненти на сивата икономика (активни и пасивни) като процент от размера на цялостната икономика, представена чрез общия БВП.¹⁸⁰ Новото в този модел е, че той оценява отделно паричната и непаричната сива икономика, както и пасивната и активната. Досегашните методи не правят подобно отделяне, а действат така, сякаш БВП има само монетарен (паричен) характер.

За да оцени паричната сива икономика, EY прилага стандартен подход, описан в литературата, базиран на т.нар. анализ на търсенето на валута (CDA¹⁸¹).¹⁸² Тъй като подходът се концентрира върху парични трансакции, той отчита и тези на „черния пазар“ (от незаконни дейности). Той обаче не отчита трансакциите в сивата икономика, които се извършват под формата на бартер (в замяна на други стоки и услуги, а не срещу пари), което отчасти може да бъде обхванато от непаричната оценка на сивата икономика или при използването на електронни плащания (като някои трансакции при електронни търговия).

Ernst & Young (EY) се ръководят от разбирането, че размерът на цялата икономика надхвърля размера на паричната икономика и това трябва да бъде взето предвид при оценяването. За да се оцени дялът на паричната икономика в цялата икономика (общ БВП), се изваждат два значими компонента на непаричната икономика от общата икономика, като стойността на някои видове наеми, на производството на стоки от домакинството за собствено крайно потребление и др. Те са част от немонетарната сива

¹⁷⁸ От англ. *Multiple Indicator Multiple Cause*.

¹⁷⁹ “Reducing the shadow economy through electronic payments”. <http://www.ey.com/pl/electronic-payments>.

¹⁸⁰ БВП (брутният вътрешен продукт) е паричен измерител на пазарната стойност на всички крайни стоки и услуги, произведени в даден период от време на дадена територия. Той е тясно свързан с понятието брутна добавена стойност (или просто добавена стойност), която може да бъде използвана за измерване на производството в даден сектор (например селско стопанство, строителство и др.).

¹⁸¹ От англ. *Currency Demand Approach*.

¹⁸² Dybka P., Kowalczyk M., Olesiński B., Rozkrut M. и Toró J. A. (2018), „Търсене на валута и модели МІМІС: към структуриран хибриден метод на измерване сивата икономика”; Международно данъчно облагане и публични финанси, <https://doi.org/10.1007/s10797-018-9504-5>. Подходът е описан от Медина и Шнайдер като „процедура, която адресира предишни критики на подхода на търсенето на валута (CDA)”, Medina L., Schneider F. (2018). „Сенчести икономики наоколо Светът: Какво научихме през последните 20 години?”.

икономика. Размерът на непаричната сива икономика може да се оцени и на базата на съществуващи изследвания в тази област, например изследването на Blades (1975), което се отнася за размера на производството на стоки от домакинствата.

При измерването на паричната сива икономика чрез CDA, ЕУ внасят някои корекции на оригиналната методология, с цел да се адаптира методът към конкретните особености на дадена страна. Данните за парите в обращение (паричните средства) се събират от официалните органи на статистиката или от Централната банка.

По принцип търсенето на пари в брой при анализите се разделя иконометрично на два компонента:

- структурно търсене на пари в брой – отразява необходимостта от определено количество пари в брой, което да се използва нормално от регистрирани икономически дейности (например хората държат пари в брой за предпазна цел или ликвидност);
- „прекомерно“ търсене на пари в брой – свързано с дейности в сивата икономика.

Основното предимство на CDA е, че позволява да се оцени нивото на паричната сенчеста икономика и нейното развитие във времето с използването на малко допълнителна външна информация.

При всички използвани досега методи и техни вариации за изчисляване на дела на сивата икономика в дадена страна съществуват недостатъци, които ги правят недостатъчно прецизни и универсални. Тъй като настоящото изследване е фокусирано също върху увеличаване на електронните плащания, ще се изготвят финансови модели за остойностяване на ефектите от изсветляване на икономиката при увеличаване на електронните плащания и от увеличаване на приходите от ДДС, отчитащи особеностите на българската икономика.

2.3 Иконометрични модели

Теоретичен модел за влияние на електронните разплащания върху българската икономика

На база на извършения критичен преглед на литературата се открояват очакванията за ограничаване на сивата икономика, вследствие проникването и разширяването на дела на провежданите електронни разплащания. За целите на изследването, от събраната информационна база данни и вследствие извършения описателен анализ, се избират следните показатели за фактори:

- брой карти с дебитна и кредитна функция;
- брой на терминални устройства тип АТМ;
- брой на терминални устройства тип ПОС;
- брой на наредени кредитни преводи, по години;
- стойност на наредени кредитни преводи, по години;
- брой на картови плащания, по години;
- стойност на картови плащания, по години;

От своя страна, в унисон с редицата изследвания, представени в критичния литературен обзор, и след оценка на наличието на данни, за определяне на намаляването на размера

на сивата икономика се избира индикаторът „приходи от преки данъци“ като резултативен фактор. Налични са данните за:

- приходи в държавния бюджет от акцизи;
- приходи в държавния бюджет от данък „Добавена стойност“;

За анализиране на връзките между нивата на електронните разплащания с реализираните приходи от налози се използват подходи за иконометрично моделиране. Това предполага на първо място да се изгради теоретичен модел. Спрямо обхвата на текущото изследване, заради двата отделни резултативни показатели, се разглеждат два теоретични модела, описващи двата преки налога, като функция от факторните променливи, оказващи им влияние.

Данъците се разглеждат в своята зависимост от броя на банкови карти, банкомати, ПОС терминали, наредени преводи и картови плащания.

Съответно, математическият вид на зависимостта за приходите от акцизите е както следва:

$$E = f(C_C; ATM; POS; Kt_C; Kt_V; P_C; P_V)$$

където:

E са приходи от акцизи;

C_C – брой карти с дебитна и кредитна функция;

ATM – брой терминални устройства тип АТМ;

POS – брой терминални устройства тип ПОС;

Kt_C – брой наредени кредитни преводи, по години;

Kt_V – стойност на наредени кредитни преводи, по години;

P_C – брой картови плащания, по години;

P_V – стойност на картови плащания, по години.

Математическият вид на зависимостта за приходите от ДДС е както следва:

$$VAT = f(C_C; ATM; POS; Kt_C; Kt_V; P_C; P_V)$$

където:

VAT са приходи от данък „Добавена стойност“.

На втори план, след определяне на теоретичния модел, е провеждане на емпирично изследване.

Методика на емпиричното изследване

На база на съставения теоретичен модел, всяка факторна променлива се тества за включване в емпиричния модел. Подборът се извършва на база на най-висока зависимост между променливата фактор и съответната резултативна величина. Тъй като коефициентите на корелация са статистическата мярка, представяща зависимостта между две случайни променливи (Съйкова, и др. 2002), за целите на подбора, се използва именно методът на корелационния анализ. За целите на текущия анализ се изследва корелацията между всеки фактор от теоретичния модел, с всяка резултативна величина. Всички променливи от теоретичния модел са метрирани – представени в

бройки или в стойност в левове. Това е изискване за приложение на корелационния коефициент на Пирсън (Съйкова, и др. 2002):

$$r_{X,Y} = \frac{\sum_{t=1}^n (x_t - \bar{x})(y_t - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{t=1}^n (x_t - \bar{x})^2 \sum_{t=1}^n (y_t - \bar{y})^2}}$$

където:

r – корелационен коефициент;

X – факторна променлива;

–

$\bar{X}$ – средна стойност на променливата X ;

Y – резултативна променлива;

–

$\bar{Y}$ – средна стойност на променливата Y ;

t – времеви индекс $t=1 \dots n$.

Изследването на корелация между явления, изследвани с течение на времето, е свързано с изискванията за приложение на корелационния анализ при времеви статистически редове – входящите данни да не съдържат тенденция на развитие (Калоянов, Петров, 2014). В този случай трябва да се проведе корелационен анализ след прилагане на диференчния метод, а именно да се изследва зависимостта между първите последователни разлики на входящите серии от данни Δy . Методът има следния математически вид:

$$\Delta y_t = y_t - y_{t-1}$$

където:

Δy са първи разлики на времевия ред Y_t .

След определяне на включените променливи, изследването продължава с оценяване на емпиричния модел. Според вида и структурата на включените променливи се определя и приложимият иконометричен инструментариум за иконометрично моделиране:

- моделиране с МНК;
- проверка за нормално разпределение на остатъците;
- проверка за отсъствие на автокорелация;
- проверка за хетероскедастичност;
- проверка за мултиколинеарност.

Резултати за влиянието на електронни разплащания върху данъчни приходи в България

На база на изградените теоретични модели се оценяват приходите от акцизи и ДДС в зависимост от степента на използване на електронни разплащания.

Резултати за „Приходи от акцизи“

На база на утвърдените подходи за моделиране, на първи етап се провежда корелационен анализ, целящ селектиране на изследваните променливи. Анализът е проведен с първите разлики на изследваните променливи Δ . Резултатите са представени в Таблица 6.

Таблица 6. Резултати от корелационен анализ за връзка с променливата „приходи от акцизи“

Факторни променливи / корелационен коефициент		Акцизи
C_C	Брой карти с дебитна и кредитна функция	0.71
ATM	Брой терминални устройства тип АТМ	0.22
POS	Брой терминални устройства тип ПОС	0.52
Kt_C	Брой наредени кредитни преводи	-0.34
Kt_V	Стойност на наредени кредитни преводи	-0.27
P_C	Брой картови плащания	0.05
P_V	Стойност на картови плащания	0.33

Източник: Собствени изчисления на автора.

Резултатите от извършения корелационен анализ показват, че факторите със значително влияние върху стойностите на „приходи от акцизи“ (с корелация над 0.5) са следните:

- брой карти;
- брой ПОС устройства;
- брой наредени преводи;
- стойност на картови разплащания.

Съответно, математическият вид на зависимостта за приходите от акцизи е както следва:

$$E = f(C_C; POS; Kt_C; P_V)$$

На втори етап, с избраните фактори и резултативна величина е проведен регресионен анализ за оценяване на параметрите на емпиричния модел. За целите на анализа, за променливите са изчислени процентните изменения (темп на прираст) между периодите.

За покриване на изискването на регресионния анализ за стационарност на входящите променливи, е проведен ADF тест за всяка от тях, съответно без константа, с константа и с константа и тренд. Резултатите са показани на Таблица 7.

Таблица 7. Резултати от приложение на ADF тест за стационарност на изследваните променливи

Променлива /n-стойност и хипотеза	Без константа	С константа	С константа и тренд
E	0,00 (H1)	0,05 (H1)	0,99 (H0)

C_c	0,05 (H1)	0,01 (H1)	0,92 (H0)
POS	0,03 (H1)	0,02 (H1)	0,03 (H1)
Kt_c	0,05 (H1)	0,01 (H1)	0,32 (H0)
P_v	0,14 (H0)	0,04 (H1)	0,00 (H1)

Източник: собствени изчисления на автора.

Резултатите от ADF теста показват, че единствено при модела с константа всички променливи стават стационарни.

Съгласно изградената методика на изследване, с избраните променливи е проведен регресионен анализ. В резултат се получава наличие на регресионен модел. Той свидетелства за връзка между променливите. Регресионният модел на „Приходи от акцизи“ има следния математически вид:

$$\left(\frac{E_t}{E_{t-1}} - 1 \right) = -3,746 + 0,926 \left(\frac{C_{ct}}{C_{ct-1}} - 1 \right) + 0,606 \left(\frac{POS_t}{POS_{t-1}} - 1 \right) + 0,002 \left(\frac{Kt_{ct}}{Kt_{ct-1}} - 1 \right) + 0,217 \left(\frac{P_{vt}}{P_{vt-1}} - 1 \right) + \varepsilon_t,$$

където:

ε_t са случайни отклонения.

Според извършените допълнителни проверки, моделът е с остатъци, близки до нормалното разпределение.

Таблица 8. Резултати от последващи проверки на регресионен модел за „приходи от акцизи“

Проверка	Критерий	Резултат (n-стойност и хипотеза)
Нормално разпределение на остатъците	χ^2	0,621 (H0)
Отсъствие на автокорелация в остатъците	Брюш-Годфри	0,452 (H0)
Хомоскедастичност	Брюш-Паган	0,664 (H0)
Отсъствие на мултиколинеарност	Метод на инфлационните фактори	<10

Източник: собствени изчисления на автора.

Освен това, според теста на Брюш-Годфри, отсъства автокорелация от първи порядък. Според критерия на Брюш-Паган, моделът има хомоскедастично поведение. Проверени са и входящите променливи за зависимост помежду си (мултиколинеарност). Тук методът на инфлационните фактори показва отсъствие на мултиколинеарност между променливите – фактори.

Всички тези проверки сочат, че данните в модела са адекватни, състоятелни и неизместени. Те могат да служат за целите на анализа тук. Отделните коефициенти в модела имат следната икономическа интерпретация:

- Изменение на „Брой карти с дебитна и кредитна функция“ с 1% води до 0.093% изменение на приходите от акцизи в същата посока, при запазване на нивото на останалите фактори.
- Изменение на „Брой терминални устройства тип ПОС“ с 1% води до 0.61% изменение на приходите от акцизи в същата посока, при запазване на нивото на останалите фактори.
- Изменение на „Брой наредени кредитни преводи“ с 1% води до 0.002% изменение на приходите от акцизи в същата посока, при запазване на нивото на останалите фактори.
- Изменение на „Стойност на картови плащания“ с 1% води до 0.22% изменение на приходите от акцизи в същата посока, при запазване на нивото на останалите фактори.

Ажустираният коефициент на определението за модела има стойност 0.71, показващ обяснима вариация от 71% или това е размера на изменението в приходите от акцизи, което се обяснява с изменение на изследваните в модела фактори.

Резултати за „Приходи от ДДС“

На база на утвърдените подходи за моделиране, на първи етап се провежда корелационен анализ, целящ селектиране на изследваните променливи. Анализът е проведен с първите разлики на изследваните променливи Δu . Резултатите са представени в Таблица 9.

Таблица 9. Резултати от корелационен анализ за връзка с променливата „приходи от ДДС“

Факторни променливи / корелационен коефициент		ДДС
C_C	Брой карти с дебитна и кредитна функция	0.08
ATM	Брой терминални устройства тип АТМ	-0.09
POS	Брой терминални устройства тип ПОС	0.54
Kt_C	Брой наредени кредитни преводи	-0.60
Kt_V	Стойност на наредени кредитни преводи	-0.40
P_C	Брой картови плащания	0.25
P_V	Стойност на картови плащания	0.31

Източник: Собствени изчисления на автора.

Резултатите от извършения корелационен анализ показват, че факторите със значително влияние върху стойностите на „приходи от ДДС“ (с корелация над 0.5) са следните:

- брой устройства ПОС;
- брой наредени кредитни преводи;
- стойност на наредени кредитни преводи;
- стойност на картови плащания.

С изброените четири фактора със значително влияние се редуцира теоретичният модел на зависимата променлива „приходи от ДДС“. Той придобива следния вид:

$$VAT = f(POS; Kt_C; Kt_V; P_V)$$

На втори етап, с избраните фактори и резултативна величина е проведен регресионен анализ за оценяване на параметрите на емпиричния модел. За целите на анализа за променливите са изчислени измененията между периодите.

За покриване на изискването на регресионния анализ за стационарност на входящите променливи, е проведен ADF тест за всяка от тях, съответно без константа, с константа и с константа и тренд. Резултатите са показани на Таблица 10.

Таблица 10. Резултати от приложение на ADF тест за стационарност на изследваните променливи

Променлива /n-стойност и хипотеза	Без константа	С константа	С константа и тренд
VAT	0,79 (H0)	0,05 (H1)	0,90 (H0)
POS	0,34 (H0)	0,01 (H1)	0,04 (H1)
Kt _c	0,09 (H1)	0,00 (H1)	0,59 (H0)
Kt _v	0,00 (H1)	0,02 (H1)	0,98 (H0)
P _v	0,33 (H0)	0,05 (H1)	0,00 (H1)

Източник: собствени изчисления на автора.

Както се вижда от резултатите от ADF теста, единствено при модела с константа всички променливи стават стационарни.

Съгласно изградената методика на изследване, с избраните променливи е проведен регресионен анализ. В резултат се получава наличие на регресионен модел. Той свидетелства за връзка между променливите. Регресионният модел на „приходи от ДДС“ има следния математически вид:

$$(VAT_t - VAT_{t-1}) = 143360 + 56,83 \cdot (POS_t - POS_{t-1}) - 137925 \cdot (Kt_{ct} - Kt_{ct-1}) + 2135,44 \cdot (Kt_{vt} - Kt_{vt-1}) + 115042 \cdot (P_{vt} - P_{vt-1}) + \varepsilon_t$$

Моделът е поставен на проверка по описания в методиката за изследване алгоритъм. Резултатите са обобщени в Таблица 11.

Таблица 11. Резултати от последващи проверки на регресионен модел за „приходи от ДДС“

Проверка	Критерий	Резултат (n-стойност и хипотеза)
Нормално разпределение на остатъците	χ^2	0,486 (H0)
Отсъствие на автокорелация в остатъците	Брюш-Годфри	0,611 (H0)
Хомоскедастичност	Брюш-Паган	0,972 (H0)
Отсъствие на мултиколинearност	Метод на инфлационните фактори	<10

Резултатите показват, че може да се направи извод, че оценките в модела са адекватни, състоятелни и неизместени. Те могат да служат за целите на анализа. Отделните коефициенти в модела имат следната икономическа интерпретация:

- Изменение на „Брой терминални устройства тип ПОС“ с 1 бр. води до изменение от 5,683 хил. лв. на приходите от ДДС в същата посока, при запазване на нивото на останалите фактори.
- Изменение на „Брой наредени кредитни преводи“ с 1 млн. бр. води до изменение от 13.79 млн. лв. на приходите от ДДС в обратна посока, при запазване на нивото на останалите фактори.
- Изменение на „Стойност на наредени кредитни преводи“ с 1 млн. лв. води до изменение от 213,5 хил. лв. на приходите от ДДС в същата посока, при запазване на нивото на останалите фактори.
- Изменение на „Стойност на картови плащания“ с 1 млн. лв. води до изменение от 115 хил. лв. на приходите от ДДС в същата посока, при запазване на нивото на останалите фактори.

Ажустираният коефициент на определението за модела има стойност от 0.21, показващ обяснима вариация от 21% или това е размерът на изменението в приходите от ДДС, което се обяснява с изменение на изследваните в модела фактори.

Коефициентът на определението при модела на приходите от ДДС е значително по-нисък от този на модела за акцизи. Това има своето вероятно и логично емпирично обяснение. Реализацията на приходите от акцизи е по-опосредствана спрямо момента на плащане на акцизните стоки, отколкото реализацията на приходите от ДДС, спрямо плащането на облаганите стоки. Това може да се обясни с дългата процедура по начисляване, приспадане, отчитане, ревизиране на ДДС, преди реализация на прихода от него за държавния бюджет.

По този начин се потвърждава очакването, че по-високия брой и обем на електронните плащания увеличава приходите от данъци (ДДС и акцизи) и ограничава сивата икономика и основната теза на изследването в тази ѝ част е проверена и доказана.

2.4. Предложения:

Ускоряването на процесите на дигитализация на МСП, които са предпоставка за разширяване на електронните плащания и въвеждане иновативни технологии в областта на плащанията, следва да се регламентира и развие като приоритетна правителствена политика. Да се разработи програма за развитие на електронните плащания в МСП, която да съдържа:

- предвиждане на облекчения за МСП при въвеждане и използване на електронни плащания и на иновативни софтуерни платежни продукти;
- въвеждане на мерки и стимули за намаляване или премахване на таксите за достъп до скоростен интернет от МСП и подобряване на поддръжката му;
- разработване на мерки за стимулиране на конкуренцията между банковия и финансовия сектор при предоставяне на финансови услуги на МСП, което ще доведе до намаляване на банковите такси при обслужване на електронните плащания в МСП;

- въвеждане на стимули и облекчения от държавата за инсталиране на ПОС и приемане и разширяване на картовите разплащания като най-разпространен вид електронни плащания в настоящия момент;
- предоставяне на стимули и бонуси за клиентите, които използват електронни плащания в търговските обекти с цел фокусиране на търговците в областта на иновациите и новите технологични решения в областта на плащанията;
- обучение на собствениците и мениджмънта на МСП за въвеждане и използване на наличните възможности за включване в процесите на дигитализация; с най-новите технологични решения в областта на плащанията с оглед правилна оценка на стойността на необходимите инвестиции в технологични продукти, тяхната възвръщаемост и развитието на бизнеса;
- предоставяне на безплатни образователни и обучителни програми и медийни кампании към фирмите относно предлаганите финансови и платежни услуги и ползите от приемането на електронни разплащания, съобразени с демографската характеристика на българските собственици и управители на МСП, преобладаващата част от които са на възраст от 35-55 г.;
- разработване на система от мерки за облекчаване на данъчните задължения на МСП при въвеждане и използване на електронни плащания, което се аргументира с доказаната с изследването пряка връзка между увеличаването на електронните плащания и изсветляването на икономиката и в частност увеличаването на приходите от ДДС и акцизи.

Заклучение

Появата на електронните платежни системи е явление със значими икономически, политически и социални последици. Те са част от едно ново явление - дигиталната трансформация, което възниква на основата на експанзията на технологиите във всички сфери на общественния живот.

Пълното и всестранно характеризирание на електронните разплащания, разгледани като същностен елемент на електронните платежни системи и в контекста на световния процес на дигитализация и дигитална трансформация слага началото на изграждането на теоретичните основи на този не достатъчно изследван проблем.

В процеса на настоящото изследване се доказва, че въвеждането и използването на електронните плащания от МСП и в частност на картовите плащания, има голямо значение както за самото предприятие и неговия персонал, така и за цялостната икономика на страната. Установени бяха:

- **Наличие на развиващ се пазар с условия за ПОС в България**, част от който остава стабилен дори при кризисни ситуации. Този извод произтича от положителната динамика в броя и оборота на предприятията с условия за ПОС, в броя и обема на електронните и картовите плащания, в броя на физическите ПОС терминални устройства в МСП и при плащанията, извършени през тях. Този пазар се явява основна предпоставка за разширяване на електронните плащания.
- **Положителни тенденции в процеса на разширяване на електронните плащания в МСП**, които се потвърждават и от емпиричното изследване. Налице е висока степен на приемане на плащания с банкови карти от МСП на физически ПОС, обособена е група от МСП (над 1/5 от общия брой), чиито оборот от картови плащания надхвърля 70% от общия им оборот, оборотите на картовите плащания в

големите градове са по-високи, поставено е началото на процеса на въвеждане на плащания през виртуални ПОС устройства.

- **Множество ползи и положителни ефекти за МСП вследствие на разширяване на електронните плащания, които имат пряка връзка с икономическия растеж и повишаването на конкурентоспособността на МСП.** Основни от тях са:
 - рационализиране и модернизирание на процесите в предприятието и намаляване на оперативните задачи при управлението на кеша;
 - увеличаване на приходите от продажби, тъй като при плащане с карта клиентите са склонни да пазаруват повече и по-скъпи стоки;
 - улесняване на счетоводството и мениджмънта;
 - бързото и качествено управление на паричните потоци чрез лесно и навременно проследяване на приходите и разходите;
 - адекватно управление на печалбите и загубите;
 - облекчаване на труда на служителите от фирмата и увеличаване на продуктивността им.
- **Значителен ефект за изсветляване на икономиката и увеличаване на приходите от данъци,** който се доказва от изготвените иконометрични модели за влиянието на електронните плащания върху българската икономика. Налице е пряка зависимост между увеличаването на приходите от акцизи и изменението на броя на дебитните и кредитните карти, броя на терминалните ПОС устройства, стойността на картовите плащания и броя на наредените кредитни преводи, т.е. увеличаването на всеки от тези показатели води до повишаване на приходите от акцизи и обратно. По отношение на приходите от ДДС също се наблюдава пряка зависимост между тях и изменението на броя на ПОС устройствата, стойността на картовите плащания и стойността на наредените кредитни преводи, т.е. увеличаването на всеки от тези 3 показатели води до повишаване на приходите от ДДС и обратно. Между показателя брой наредени кредитни преводи и приходите от ДДС зависимостта е обратна – с увеличаване на броя на наредените кредитни преводи приходите от ДДС намаляват.
- Изследването идентифицира и **негативните процеси,** които пречат за разширяването на електронните плащания в българските МСП. Сред тях са изоставането по основните микро и макроикономически показатели и по показателите в областта на дигитализацията и внедряването на иновативни технологии в сравнение със средните европейски нива, както и все още ниското ниво на онлайн търговията. Сред факторите, оказващи негативно влияние върху процеса на разширяване на електронните плащания в МСП, са технологичните проблеми, ниското потребителско търсене и нагласите на потребителите за използване на електронни платежни инструменти, ниският размер на годишните продажби в повечето МСП, който прави неизгодно въвеждането на иновациите и способства за генериране на сива икономика.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- Adeoti, O., Osotimehin, K. (2012). Adoption of Point of Sale Terminals in Nigeria: Assessment of Consumers' Level of Satisfaction. – Research Journal of Finance and Accounting, 3 (1), pp. 1-5.
- Agimo, J. (2004). Better Practice Checklist for ePayment. Australia government information management office. http://www.agimo.gov.au/publications/better_practice_checklist_for_epayment.
- Akos Rona-Tas, A. Guseva (2015). Plastic Money. Constructing Markets for Credit Cards in Eight Postcommunist Countries, <https://www.sup.org/books/title/?id=18046>.
- AL-Adwan, M. M., AL-Zyood, M., Ishfaq, M. (2013). The Impact of Electronic Payment on Saudi Banks Profitability: Case Study of SADAD Payment System. – International Journal of Research and Reviews in Applied Science, pp. 100-113, www.arpapress.com/Volumes/Vol14Issue1/IJRRAS_14_1_10.pdf.
- Alawiye-Adams, A. A., Afolabi, B. (2015). Analysing the Impact of Electronic Banking on the Payment Systems and the ICoEC 2015.
- Ali, R. (2010). E-Government Adoption in Developing Countries. The Case of Indonesia. – Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences, 2 (5).
- Alinejadi, B., Arbab, H., Mehrabi, J. (2013). The Effect of the New Electronic Payment Instruments in the Liquidity of Banks. – Technical Journal of Engineering and Applied Sciences, 3.
- Andries, M., Hervé F. (2006). La surveillance des moyens de paiement et des systèmes d'échange. – Bulletin de la Banque de France, N 156.
- Antwi, S. K., Hamza, K., Bavoh, S. W. (2015). Examining the Effectiveness of Electronic Payment System in Ghana: The Case of e-ZWICH in the Tamale Metropolis. – Research Journal of Finance and Accounting, 6(2), pp. 163-177.
- Bank for International Settlements, Committee on Payment and Settlement Systems (BIS, CPSS). (2008) The interdependencies of payment and settlement systems. June, Basel: BIS.
- Bapat, D. (2012). Customer Relationship for Electronic Payment. – Business Review, 13(1), pp. 137-151.
- Basscom, M. (2011). Bulgarian national PESTLE and SWOT analysis.
- Beau, D., Woefel, G. (2004). The resilience of post market infrastructures and payment systems. – Banque de France, Financial Stability Review, N 5.
- Bernard, H., Bisignano, J. (2000). Information, Liquidity and Risk in the Interbank Market: Implicit Guarantee and Private Credit Market Failure. – BIS Working Papers N 86.
- BICA. (2012). PEST Analysis of Bulgaria.
- Bin Muhayiddin, M. N., Elsadi, M. A., Ismail, H. (2012). Validation of the Technology Acceptance for Electronic Dinar Payment System. International Conference on Excellence in Business, University of Sharjah, United Arab Emirate, 9-10 June 2012.
- Bin Muhayiddin, M. N., Elsadiq, M. A., Ismail, H. (2011). Technology Acceptance of a Gold Dinar based Electronic Payment System. – Scientific Research in Business, 3, pp. 295-301.
- Blades, D. W. (1975). Non-Monetary (Subsistence) Activities in the National Accounts of Developing Countries. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.
- Bobeva D. (2020). Costs And Benefits Of Euro Adoption In Bulgaria: Lessons Learned From The Long Path Of Bulgaria To The Euro. Publishing house Science and Economics Varna, issue 1, pages 50-68. <https://www.cceol.com/search/book-detail?id=922935>.
- Bonnier, V. (2008). Supplementing settlement functions with a decision-support system in TARGET2. – Banque de France Bulletin Digest, N 172.
- Briggs, A. Brooks, L. (2011). Electronic Payment Systems Development in a Developing Country: The Role of Institutional Arrangements. – The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries, 49(3), pp. 1-16.
- Bubolz, M. (2016). Digitale Reife – Wie fit ist Ihre Bank wirklich?. 2. Februar 2016, <https://www.der-bank-blog.de/digitale-reife-banking/digitalbanking/20984/>.
- Catlin, T. (2018). Insurance Beyond Digital: The Rise of Ecosystems and Platforms, <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/ourinsights/insurance-beyond-digital-the-rise-of-ecosystems-and-platforms>.
- Chakraborty, R., Fuhrmann, R., Aboaba, D. (2016). Converting cost to growth: Why strategic cost reduction matters in banking. https://www.accenture.com/t20160616T034113__w__/usen/_acnmedia/PDF-22/Accenture-Strategy-Banking-Strategic-CostReduction.pdf#zoom=50.
- Chavosh, A., Halimi, A. B., Espahbodi, S. (2011). Comparing the Satisfaction with the Banks E-payment Services between Degree Holder and Non-Degree Holder Customers in Penang-Malaysia. – International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning, 1(2), pp. 132-138.

- Cheraghi, S., Mahmoodi, A., Nazari, H. (2015). Examining the relationship between perceived risk of customers in electronic payment method and e-commerce in Agricultural Bank in West Azerbaijan. – *The AYER*, 1, pp. 386-392.
- Chhahla, P. (2016). A Renewal Strategy towards truly Digital Banking. Finacle Connect, External Document 2016 Edge Verve Systems Limited, January-June 2016, <https://www.edgeverve.com/finacle/resources/finacleconnect/trulydigital-banking/Documents/cover-story.pdf>. 20.
- Chin, L. P., Ahmad, Z. A. (2015). Perceived Enjoyment and Malaysian Consumers' Intention to Use a Single Platform E-Payment. – In: *SHS Web of Conferences*, EDP Sciences Vol. 18, p. 01009.
- Davis, F. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results. Cambridge, MA: MIT Sloan School of Management.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. – *Management science*, 35(8), pp. 982-1003.
- De Seze, N. (2006). TARGET2: from concept to reality. – *Banque de France Bulletin Digest*, N 144.
- Decressin, J., Faruquee, H., Fonteyne, W. (eds.). (2007). Integrating Europe's financial markets. Washington, DC: International Monetary Fund.
- Dehbini, N., Birjandi, M., Birjandi, H. (2015). Factors Influencing the Adoption of Electronic Payment Cards in Urban Micro-Payments. – *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(1), pp. 39-47.
- Denison, D. V., Hackbart, M., Yusuf, J. E. (2013). Electronic Payments for State Taxes and Fees: Acceptance, Utilization, and Challenges. – *Public Performance and Management Review*, 36(4), pp. 616-636.
- Dennis, A. (2004). Electronic Payment System: User-Centered Perspective and Interaction Design. Eindhoven, Netherland: Technische.
- Dhevika, M. V., Latasri, O. T. V. (2011). Study on Customer Satisfaction of Electronic Payment System. – *Cauvery Research Journal*, 29.
- Di Vanna, J. A. (2002). Redefining financial services, Basingstoke/ New York: Palgrave.
- Digital Economy and Society Index 2020 (DESI) Questions and answers. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0183_BG.html.
- Donnelly, M. (2016). Payment sinthe digital market: Evaluating the contribution of Payment Services Directive 2. – *Computer Law & Security Review*, N 32, pp. 827-839, <https://www.sciencedirect.com/journal/computer-law-and-security-review/vol/32/issue/2>.
- Ebiringa, O. T. (2010). Automated Teller Machine and Electronic Payment System in Nigeria: A Synthesis of the Critical Success Factors. – *Journal of Sustainable Development in Africa*, 12(1), pp. 71-86.
- Ellison, A., Williams, S., Whyley, C. (2012). The Electronic Payment Needs of People on Low Incomes. Payments Council Report. <https://www.ukfinance.org.uk/area-of-expertise/payments/paymentscouncil.org.uk>.
- Euro Banking Association (EBA) and Innopay E-invoicing 2008, February, Paris: EBA.
- European Central Bank (ECB). (2007). Blue book: Payment and securities settlement.
- European Central Bank. (2012). Recommendations for the security of internet payments.
- European Commission, The Digital Economy and Society Index (DESI), (2018), <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/international-digital-economy-and-society-index-2018>.
- Fenuga, O. J., Kolade, O. R. (2010). The Effect of Electronic Payment on Customer Service Delivery in Nigerian Banks. – *International Journal of Economic Development Research and Investment*, 1(1), pp. 227-239.
- Fernandes, L. (2013). Fraud in Electronic Payment Transactions: Threat and Countermeasures. – *Asia Pacific Journal of Marketing and Management Review*, 2 (3), pp. 23-32.
- Foss, B., Stone, M. (2001). Successful customer relationship marketing. London, Kogan Page.
- Gable, G., Sedera, D., Chan, T. (2008). Reconceptualizing information system success: The IS impact measurement model. – *Journal of the Association for Information Systems*, pp. 377-408.
- Gallardo, R. K., Olanie, A., Ordóñezc, R., Ostrom, M. (2015). The Use of Electronic Payment Machines at Farmers Markets: Results from a Choice Experiment Study. – *International Food and Agribusiness Management Review*, 18(1), pp. 79-89.
- Gholami, R., Ogun, A., Koh, E., Lim, J. (2010). Factors affecting e-payment adoption in Nigeria. – *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 8(4), pp. 51-67.
- Glass, G. V. (1976). Primary, Secondary, and Meta-Analysis of Research. – *Educational Researcher*, 5(10), pp. 3-8.
- Guseva, A. (2015). How Markets for Credit Cards were Created in Postcommunist Societies, - In: *Journal of Economic Sociology*, National Research University Higher School of Economics, vol. 16(1), pages 12-21, <https://ideas.repec.org/a/hig/ecosoc/v16y2015i1p12-21.html>.
- Hamed, E. B., Berger, H. (2012). Shar'ia Compliant Electronic Payment Systems – Libyan Case Study. UK Academy for Information Systems Conference Proceedings.

- Hanzaee, K. H., Alinejad, S. (2012). An investigation about customers' perceptions of security and trust in e-payment systems among Iranian online consumers. – *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(2), pp. 157-158.
- Harris, H., Guru, B. K., Avvari, M. V. (2011). Evidence of Firms' Perceptions towards Electronic Payment Systems (EPS) in Malaysia. – *International Journal of Business and Information*, 6(2), pp. 226-245.
- Haruna, I. (2012). Challenges of Electronic Payment Systems in Ghana: The Case of e-ZWICH. – *American Journal of Business and Management*, 1(3), pp. 87-95.
- Harzing, A. W., Van Der Wal, R. (2009). A Google Scholar h-index for journals: An alternative metric to measure journal impact in economics and business. – *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(1), pp. 41-46.
- Hermes, E. (2018). Enabling Digitalization Index. https://www.eulerhermes.com/en_global/media-news/news/enabling-digitalization-index-2018-measuring-digitagility.html.
- Hogarth, J. M., Kolodinsky, J., Gabor, T. (2008). Consumer Payment Choices: Paper, Plastics or Electrons. – *International Journal of Electronic Banking*, 1(1).
- Hord, J. (2005). How electronic payment works. www.nu.e-association.ca/cim/dbf/how_electronic_payment_works_English.pdf?
- Hsiao-Cheng, Y., Kuo-Hua, H., Pei-Jen, K. (2002). Electronic payment systems: An Analysis and Comparison of Types. – *Technology in Society* 24, pp. 331-347.
- Hsieh, T. C., Yang, K. C., Yang, C., Yang, C. (2013). Urban and rural differences: Multilevel latent class analysis of online activities and e-payment behaviour patterns. – *Internet research*, 23(2), pp. 204-228. <https://core.ac.uk/download/pdf/217178673.pdf>.
- Huang, E., Chen, F. (2011). Electronic Payment Use and Legal Protection. – In: Hong, M. (ed.). *Digital Enterprise and Information Systems*, Berlin: Springer Heidelberg, pp. 158-171.
- Humphrey, D. (1995). *Payment Systems. Principles, Practice and improvements*. – World Bank Technical paper, N 260, ISSN 0253-7494, <https://books.google.bg/books?id=tJyKSyv1gM0C&printsec=frontcover&hl=bg#v=onepage&q&f=false>.
- Ifinedo, P. (2012). Facilitating the intention to expand e-business payment systems use in Nigerian small firms: an empirical analysis. *E-Business Applications and Global Acceptance*, p. 19.
- Iman, N., Kemal, V. (2016). *Mobile Payment System: Theory and Cases of Services Modularity*. London, The London School of Economics and Political Science, http://etheses.lse.ac.uk/3439/1/Iman_Mobile_Payment_System.pdf.
- Jackson, E. M. (2006). *The PayPal wars*. Los Angeles: World Ahead Publishing, Inc.
- Jeon, S. Y., Ha, K. S. (2010). Factors of the Acceptance Affecting the e-Payment System: Focusing on service quality and social influence. – *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 11(9), pp. 3239-3248.
- Kabaivanova, S. (2009). Guarantee Of Security Of Electronic Payments. – In: *Economics and Management, Faculty of Economics, South -West University "Neofit Rilski", Blagoevgrad* vol. 5(1), pages 29-33. <https://ideas.repec.org/a/neo/journal/v5y2009i1p29-33.html>.
- Kabir, M. A., Saidin, S. Z., Aidi, A. (2015). Adoption of e-Payment Systems. – In: *A Review of Literature School of Accountancy, Universiti Utara Malaysia*, www.icoec.my.
- Kalakota, R., Whinston, A. B. (1997). *ElectronicCommerce: A Manager's Guide Reading*. AddisonWesley.
- Kaliannan, M., Awang, H. (2010). Adoption and use of E-Government Services: A case study of e-procurement in Malaysia. – *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 7(1).
- Kaur, K., Pathak, A. (2015). E-Payment System on E-Commerce in India. – *Karamjeet Kaur International Journal of Engineering Research and Applications*, 5(2), pp. 79-87.
- Kavu, T. D., Rupere, T., Nyambo, B. M., Hapanyengwi, G. T. (2013). An Electronic Payment Model for Small and Medium Enterprises in Zimbabwe. – *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 4(1), pp. 1-8.
- Ken, P., Will, M. (2002). An Agenda for Research about the Value of Payment Systems for Transactions in Electronic Commerce. *Proceedings of the First Workshop on e-Business, Electronic Commerce Research Centre, National Sun Yat-sen University, Spain*.
- Keramati, A., Hadjiha, B., Taeb, R., Mojir, N. (2012). Adoption of electronic payment services by Iranian customers. *Successful Customer Relationship Management Programs and Technologies: Issues and Trends*.
- Khairun, N. K., Yasmin, M. H. (2010). E-commerce Adoption in Malaysia: Trends, Issues and Opportunities. – In: *ICT Strategic Review. Malaysia: PIKOM Publishers*, pp. 89-134.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in epayment systems. – *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), pp. 84-95.
- Kokkola, T. (2010). *Payment, securities and derivatives, and the role of the Eurosystem*. European Central Bank.

- Lee, Y., Kozar, K. A., Larsen K. (2003). The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future. – Communications of the Association for Information Systems, Vol. 12, Art. 50, <https://aisel.aisnet.org/cais/vol12/iss1/50>.
- Leinonen, H. (2008). Payments habits and trends in the changing e-landscape 2010+.
- Lin, C. Nguyen. (2011). Exploring e-payment Adoption in Vietnam and Taiwan. – Journal of Computer Information System, 51(4).
- Lucas, Y. (2008). TARGET2 and European financial integration. – Banque de France Bulletin Digest, N 172.
- Mann, R. J. (2011). Adopting, using, and discarding paper and electronic payment instruments: Variation by age and race. – FRB of Boston Public Policy Discussion Paper, 11-2.
- Marinova, K. (2017). The Current State And Development Prospects Of Mobile And Electronic Payments In Bulgaria. – In: Business Management, D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria, issue 1, pages 1-6.
- Masino, S., Niño-Zarazúa, M. (2014). Social service delivery and access to financial innovation. The impact of Oportunidades' electronic payment system in Mexico. World Institute for Development Economics Research Working Paper Series.
- Mazars, E., Woelfel, G. (2005). Analysis, by simulation, of the impact of a technical default of a payment system participant. – Banque de France, Financial Stability Review, N 6.
- McKinsey and Company. (2005). European payment profit pool analysis: Casting light in murky waters. June, USA: McKinsey & Company.
- McKinsey Digital. The rise of the digital bank. <http://digitalchallengers.mckinsey.com>.
- Meho, L. I., Yang, K. (2007). Impact of data sources on citation counts and rankings of LIS faculty: Web of Science versus Scopus and Google Scholar. – Journal of the American Society for Information Science and Technology, 58(13), pp. 2105-2125.
- Mesonnier, J. S. (2001). Monnaie électronique et politique monétaire. – Bulletin de la Banque de France, 91, Paris: Banque de France.
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., Wei Chua, J. (2013). Factors affecting consumers' perception of, electronic payment: an empirical analysis. – Internet Research, 23(4), pp. 465-485.
- Mohagheghnia, M. J., Qorbani, M., Bagheri, M., Azimi, M. (2014). Empirical Study of the Key Factors affecting Customers' Satisfaction of electronic payment systems (ATM and POS) in the banks member of network acceleration and rating factors with the AHP model. – Asian Journal of Research in Marketing, 3(6), pp. 53-71.
- Mohamad, A., Haroon, A. Najiran, A. (2009). Development of Electronic Money and its Impact on the Central Bank Role and Monetary Policy. – Issues in Information Science and Information Technology, 6 (1), pp. 339-344.
- Muhayiddin, M. N., Ahmed, E. M., Ismail, H. (2011). Consumer Acceptance of an Electronic Dinar Payment System in Malaysia. – Journal of Electronic Banking Systems, 1, pp. 1-13.
- Muhayiddin, M. N., Ahmed, E. M., Ismail, H. (2011). Technology Acceptance of a Gold Dinar Based Electronic Payment System Research in Business, 3(3).
- Nakajima, M. (2017). Analysis on World Trends of Payment Systems. Reitaku University, Faculty of Economics and Business Administration, Japan.
- Ngereza, K. A., Iravo, A. M. (2013). Challenges influencing implementation of electronic payment systems: A case study of Kenya Airways Company. – International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship, 1(3), pp. 509-520.
- Nofie, I., Vidya, K. (2016). Mobile Payment System: Theory and Cases of Services Modularity. London, April, http://etheses.lse.ac.uk/3439/1/Iman_Mobile_Payment_System.pdf.
- Norman, P. (2007). Plumbers and visionaries – securities settlement and Europe's financial markets. Chichester: John Wiley & Sons.
- Nwaolisa, E. F., Kasie, E. G. (2011). Electronic retail payment systems: User acceptability and payment problems in Nigeria. – Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter), 1(5), pp. 66-76.
- Nzaro, R., Magidi, N. (2014). Assessing the Role of Electronic Payment Systems in Financial Institutions. A Case of a Savings Bank in Zimbabwe. – Global Journal of Management and Business.
- Odi, N., Richard, E. O. (2013). Electronic Payment in Cashless Economy of Nigeria: Problems and Prospects. – Journal of Management Research, 5(1), pp. 138-151.
- OECD. (2002). Measuring the Non-Observed Economy. A Handbook.
- Özkan, S., Bindusara, G., Hackney, R. (2010). Facilitating the adoption of e-payment systems: theoretical constructs and empirical analysis. – Journal of enterprise information management, 23(3), pp. 305-325.
- Packard, T., Koettl, J., Montenegro, C. E. (2012). In From the Shadow: Integrating Europe's Informal Labor. World Bank.

- Parusheva, S. (2015). The Use of Payment Cards and the Prevention of Payment Card Fraud in Europe and Bulgaria. *Ikonomiceski i Sotsialni Alternativi*. University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria, issue 4, pages 99-113, December.
- Payments Council. (2007). National payments plan. Consultation on change in UK payments, November.
- Payments Council. (2008). National Payments Plan – Setting the strategic vision for UK Payments.
- Penaloza, R. (2009). A duality theory of payment systems. – *Journal of Mathematical Economics*, 45, pp. 679-692, https://www.academia.edu/21911613/A_duality_theory_of_payment_systems?email_work_card=view-paper.
- Peter, M. O., Babatunde, P. J. (2012). E-Payment: Prospects and Challenges in Nigerian Public Sector. – *International Journal of Modern Engineering Research*, 5(2), pp. 3104-3106.
- Petrova, M. (2022) Determination of the efficiency of implementing blockchain technology into the logistics systems. *Business Management*, Issue 4, 2022, pp.52-67
- Petrova, M. (2022) Solutions to Manage Smart Cities' Risks in Times of Pandemic Crisis. *Risks*. 2022., <https://doi.org/10.3390/risks10120240>
- Premchand, A., Choudhry, A. (2015). Future of Payments – ePayments. – *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 5, pp. 110-115.
- PSE Consulting. (2008). Europe set to lose its war on cash. March 2008.
- Rambure, D., Nacamuli, D. (2008). Payment systems. From Salt Mines to the Broad Room. Palgrave Macmillan Studies in Banking and Financial Institutions.
- Roy, S., Sinha, I. (2014). Determinants of Customers' Acceptance of Electronic Payment System in Indian Banking Sector – A Study. – *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 5(1), pp. 177-187.
- Seddon, D. (2007). Informal money transfers. Economic links between UK diaspora groups and recipients 'back home'. London: Centre for Study of Financial Innovation (CSFI).
- Slozko, O., Pelo, A. (2015). Problems and Risks of Digital Technologies Introduction into E-Payments. – *Transformations in Business and Economics*, 14(1), pp. 225-235.
- Solomon, E. H. (1997). Virtual Money: Understanding the Power and Risks of Money's High-Speed Journey into Electronic Space. New York & Oxford: Oxford University Press.
- Teoh, W. M., Chong, S. C., Lin, B., Chua, J. W. (2013). Factors Affecting Consumers' Perception of Electronic Payment: An Empirical Analysis. – *Internet Research*, 23(4), pp. 465-485.
- The Financial Times, 18 April 2008.
- Trifonova, S. (2004). Strategies of Electronic Financial Services Development in Bulgaria. – In: Nauchni trudove, University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria, issue 1, pages 215-254, May. <https://ideas.repec.org/a/nwe/natrud/y2004i1p215-254.html>.
- Trifonova, S., Andronova I. (2021) Anti-crisis measures in Bulgaria to improve access to finance for SMEs during the covid-19 pandemic. <https://doi.org/10.47954/ijcbe.2.2.4>.
- Trivedi, P., Mago, B. (2013). An Empirical Analysis of Factors Affecting the Adoption of E-Payment System from Firm's Perspective in UAE. – *International Journal of Engineering Research and Technology*, 2(7).
- Walters, W. H. (2009). Google Scholar search performance: Comparative recall and precision.
- Widjojo, R. (2020). The Development of Digital Payment Systems in Indonesia: - In: Review of Go-Pay and Ovo E-Wallets, N 3, 384-395. <https://www.unwe.bg/doi/eajournal/2020.3/EA.2020.3.03.pdf>
- Yotzov, V., G. Sariiski, N. Nestorov, G. Minasian, P. Loukanova, D. Bobeva, D. Zlatinov (2018). Annual Report 2018, Economic Development and Policies in Bulgaria: Evaluations and Prospects. Focus: Ten Years since the Start of the Global Financial Economic Crisis - Lessons and Necessary Refo, ERI-BAS Books, Bulgarian Academy of Sciences - Economic Research Institute, number 34: p:1-152.
- Yotzov, V., D. Bobeva, P. Loukanova, N. Nestorov. Macroeconomic Implications of the Fight against COVID-19: First Estimates, Forecasts, and Conclusions. Институт за икономически изследвания при Българска академия на науките. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=853201>.
- Zhelyazkova, V. I., (2021). The Role of Banks for the Transition to Circular Economy. – In: Tao Zhang (ed.), Circular Economy - Recent Advances, New Perspectives and Applications, Intech Open. <https://ideas.repec.org/h/ito/pchaps/218063.html>.
- Zhelyazkova, V. I., P. Angelakis (2014). Alternative Distribution Channels In The Bulgarian Banking Industry: Analysis Of The Status And Major Developemnts. – In: Economy & Business Journal, International Scientific Publications, Bulgaria, vol. 8(1), pages 650-661. <https://ideas.repec.org/a/isp/journal/v8y2014i1p650-661.html>.
- Zorc, S., et al. (2012). Digital Content SWOT Analysis. [https://www.zsi.at/object/event/2443/attach/Digital_Content_SWOT_Analysis_full_version_\(AT_consultation\).pdf](https://www.zsi.at/object/event/2443/attach/Digital_Content_SWOT_Analysis_full_version_(AT_consultation).pdf)
- Айваз, X. (2018). Как директивата за платежни услуги ще промени банковия сектор. <https://www.bloombergtv.bg/v-razvitie/2018-01-31/kak-direktivata-za-platezhni-uslugi-shte-promeni-bankoviya-sektor>.

- Аначкова, П., Джалъзов, Г. (1994). Банково дело. Учебник.
- Ангелова, А. (2018). Въвеждат два вида нови платежни услуги от 2018. <https://www.banker.bg/finansov-dnevnik/read/vuvejdat-dva-vida-novi-platejni-uslugi-ot-2018-a>.
- Атанасова, М. (2015). Политика за сигурност на Българската народна банка относно платежните карти. София: Авангард Прима, pp. 71-95.
- Бобев, К. (2015). Разследване на престъпления, извършени с електронни платежни инструменти. Бургаски свободен университет – Юридически сборник, pp. 139-149.
- Бобева, Д. (2018 г.) Ролята на международните финансови институции за развитие на частния сектор в България, С. Изд. Марин Дринов.
- Богомилов, И. (2008, 2009). Електронен магазин – основни принципи при организацията. начини на разплащане. сигурност на транзакциите. – Годишник на департамент „Телекомуникации“ 2008-2009 г. Нов български университет. <http://ebox.nbu.bg/dtk08-09/>.
- Божинев, Б. (2002). Плащанията с банкови карти в България. – Банки Инвест. Пари, N 7, с. 38-41.
- Българска народна банка. Развитие на проекта SEPANA национално ниво, <http://www.bnb.bg/PaymentSystem/PSSEPA/PSSEPADevelopment/index.htm>.
- Вачков, С. (2017). Дигитални рефлексии върху стратегическия банков мениджмънт. – В: Финансовата наука между догмите и реалността – сборник с доклади от научна конференция, изд. „Наука и икономика“, Икономически университет, Варна.
- Вергиев, Д. (2008). Системи за „on-line“ разплащания в електронната търговия с ценни книжа. – В: 3 т.: Юб. междунар. научнопрактич. конференция. конф., 6-7 ноем. 2008.
- Гоев, В. (1996). Статистическа обработка и анализ на информацията от социологически, маркетингови и политически изследвания със SPSS. УИ „Стопанство“.
- Григорова, Т. (2016). Безкешовото общество. – Икономика, N 3, с. 86-88.
- Дешев, М. (2020). Онлайн плащанията с голям ръст покрай пандемията. – Vesti, <https://www.vesti.bg/tehnologii/onlajn-plashtaniiata-s-goliam-ryst-pokraj-pandemiiata-6118909>.
- Динкова, М. (2020). Да очакваме ли ново европейско платежно решение. – СЮ, N 8.
- Доклад към Законодателния акт за малкия бизнес в Европа за 2019 г. (SBA Factsheet 2019).
- Европейска комисия. (2019). Справочник за България за 2019 г. към Законодателния акт за малкия бизнес в Европа (SBA). Брюксел: Европейска комисия (данните са за 2018 г.).
- Иванов, Г. (2005). Безналичните платежни механизми в държавите от Европейския съюз. – Управление и устойчиво развитие, 3-4(13), с. 247-249; http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/articles/13/13-44_G_Ivanov.pdf.
- Истатков, М. (2019). Оценяване на ефективността на ИКС в управлението на малки предприятия. <https://www.researchgate.net/publication/332466138>.
- Йорданов, Е. (2021). Дигитален директор и партньор на платформа за онлайн търговия. <https://www.bgonair.bg/a/36-sutreshen-blok/221268-malkiyat-i-sredniyat-biznes-ne-e-gotov-da-se-digitalizira?fbclid=IwAR2OwfDsADn>.
- Йосифов, Т. (2019). Банково дело и форми на финансиране. Пловдив: Макрос.
- Кобелев, О. А. (2020) Електронна търговия: Учебно пособие. Москва: Издателско-торгова корпорация "Дашков и К".
- Казанджиева-Йорданова, И. (2020). Предефиниране на платежните услуги в контекста на новите регулаторни промени - предизвикателствата на банките. – В: Сборник с доклади от IX международна научна конференция, 18-20 май 2019 г. Издателски комплекс – УНСС, 61-69.
- Караангова, П. (2018). Мобилните разплащания между фикцията и реалността. – СЮ, N 11.
- Касабова, К. (2012). Платежните карти, инструмент за безналично плащане. ИК „Труд и право“.
- Касабова, К., Тюфекчиева-Михайлова, М. (2018). Новите положения при платежните услуги. ИК „Труд и право“.
- Кочергин, Д. А. (2017). Место и роль виртуальных валют в современной платежной системе. – Вестник СПбГУ. Экономика. Т. 33. Вып. 1, <https://core.ac.uk/download/pdf/217178673.pdf>.
- Кънева, А. (2020). Дигитализацията при дейността на банките в България. – В: Дигиталната икономика и предизвикателствата пред политическата икономика. Сборник с доклади от Четвърта национална конференция по политическа икономика. София: Издателски комплекс – УНСС, с. 162-167.
- Манов, Б. (2016). Основи на финансите: Теория и практика. 2 (доп. и акт.) изд. София: МБ Хоум.
- Маринова, К. (2017). Състояние и перспективи на мобилните и електронните разплащания в България. – Бизнес управление, N 1, с. 42-59, <http://hdl.handle.net/10610/3157>.
- Маткунски, А. (2019). Киберпрестъпления и измами с банкови карти. – В: Сигурност и икономика в несигурния свят – дилеми и предизвикателства. Сборник с доклади от юбилейната международна научна конференция, 7 декември 2018 Издателски комплекс ВУСИ, с. 67-71.

- Министерство на икономиката и индустрията. (2017). Концепция за цифрова трансформация на българската индустрия (Индустрия 4.0) https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/ip/kontseptsia_industria_4.0.pdf.
- Министерство на транспорта и съобщенията. (2020). Цифрова трансформация на България за периода 2020-2030 г. https://www.mtc.government.bg/sites/default/files/cifrova_transformaciya_na_bulgariya_
- Мугаяр, У. (2000). Дигитални пазари. Стратегии за интернет търговия. ИИ „Сиела“, с. 21.
- Националната стратегия за малки и средни предприятия (МСП) в България за периода 2021-2027 г. https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/investment-policy/SME_Strategy_BG_8DEC_2020.pdf.
- Начкова, М. (2016). Финансови измами и престъпления, свързани с електронни платежни инструменти и отражението им в счетоводството на банките. – В: Икономиката на България и Европейския съюз – конкурентоспособност и иновации: Сборник научни статии, София, Университет за национално и световно стопанство, с. 251-255.
- Нейчев, Н. (2017). Без карти и без кеш (Безконтактни плащания). – Капитал, N 11, 17 март 2017, с. 80.
- Орехов, М. (2020). Същност на процеса на дигитализация като нов етап в глобалната информатизация.
- Панева, Л. (2002). Новата наредба за безналични плащания. – Електронно издание на списание „Данъчна практика“, изд. счетоводна къща „Аскана“, N 8.
- Парашкевова, А. (2008). Интеграцията на големите и малките и средни предприятия в глобалната икономика. – В: Управление и устойчиво развитие, Варненски свободен университет.
- Парушева, С. (2016). Картови измами – превенция с интелигентни методи. – В: Предизвикателства пред информационните технологии в контекста на „Хоризонт 2020“. Сборник с доклади от юбилейна научна конференция, 7-8 октомври 2016 г., Свищов: Акад. изд. „Д. А. Ценов“, с. 95-100.
- Радков, Р., Михайлов, Е., Божинов, Б. (2004). Въведение в банковото дело. Велико Търново: Абагар, с. 234-247; 324.
- Радкова, Н. (2017). Застраховки за защита на платежни карти и на картодържатели. – Счетоводство, данъци и право, N 11, с. 67-74.
- Райчева, К. (2018). Забравете парите в брой. – СЮ, N 9, с. 10-11.
- Ритейл секторът, положителни перспективи и добри отправни точки за развитие. <https://food-exhibitions.bg/index.php/bg/press-bg/pr-materials/503-riteil-sektorat-polozhitelni-perspektivi-i-dobri-otpravni-tochki-za-razvitie>.
- Стефанова, П. (2000). Банково дело и кредитно посредничество. София: Изд. Тракия – М.
- Стефанова, П. (2013). Банково дело. Учебник за дистанционно обучение. София: УНСС.
- Стоичкова, О., Китанов, Я. (2010). Банково дело. София: Издателство на ВУЗФ, с. 97-111.
- Стойков, И., Димитрова, П. (1999). Скрытая экономика, измерване и влияние. – Economic Studies, N 1, с. 10. https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/1999/1999_1/Stoikov2-f.pdf.
- Стоянова, В. (2001). Информационна сигурност при онлайн разплащанията. – Алтернативи, N 43-44, с. 62-65.
- Таков, Б. (2021). Зелените иновации в малките и средните предприятия. Дисертационен труд, София.
- Технологии цифровизации в России – настала эпоха перемен. <https://center2m.ru/digitalization-technologies>.
- Тонев, Св. (2006). Банково дело. Шумен: УИ „Епископ Константин Преславски“.
- Трифенова, С. (2018). Някои аргументи "за" и "против" криптовалутите. Икономиката на България и Европейския съюз в глобалния свят. Финансова политика, финансови пазари, банково дело, инвестиции, застраховане и социално осигуряване. Колективна монография. Издателски комплекс УНСС, с. 227-248.
- Трифенова, С. (2016) Платежните потоци в системата Target 2 на ЕЦБ - важен индикатор за неравновесията в платежните баланси на страните-членки на Еврозоната. Национална конференция, 6 ноември 2015 г.. - София : Издателски комплекс - УНСС, с.196-205.
- Трофимов, Д. В. (2018) Финансовые технологии в сфере различных платежей: тенденции развития и перспективы в ЕС и России. – В: Вопросы экономики, , N 3, 48-63.
- Уедърфорд, Д. (2001). История на парите. София: Обсидиан.
- Чавдарова, Т. (2001). Неформалната икономика. Изд. „Лик“.
- Цифровата икономика в ЕС. https://ec.europa.eu/growth/sectors/digital-economy/importance_bg.
- Цонкова, В. (2020). Международни финанси: Учебник. Велико Търново : Унив. изд. "Св. св. Кирил и Методий".
- Шишманов, К. (2014). Безконтактните плащания – перспективна технология за използване на банковите карти. – В: Информационните технологии в бизнеса и образованието. Сборник с доклади от международна научна конференция, Варна: Наука и икономика, с. 55-59.

Шишманов, К., Маринова, К., Бойчев, Б. (2016). Състояние и перспективи в използването на банкови карти като средство за разплащане (разплащателен инструмент) в България. – В: Алманах научни изследвания, СА Д. А. Ценов – Свищов, с. 35-64.

Интернет източници

CEE PSD2 VoiceoftheCustomersurvey (PDF).
European PSD2 VoiceoftheBankssurvey (PDF)
<http://bnb.bg/>
http://cio.bg/9998_primer_po_uchebnik_kak_amsterdam_se_prevrashta_v_umen_grad
[http://finance.benefin.eu/wp-content/uploads/2016/10/10.11.](http://finance.benefin.eu/wp-content/uploads/2016/10/10.11)
<http://tuj.asenevtsi.com/IntT/IntT066.htm>
<http://www.bnb.bg>
<http://www.bnb.bg/PaymentSystem/PSSEPA/PSSEPADevelopment/index.htm>
<http://www.visaeurope.com>
<https://beabg.com/e-commerce-passport-2020/>
<http://bg.skimprot.com/portfolio-item/%>
<https://bg.wikipedia.org/wiki/>
<https://cloudcart.com/bg/>
<https://ec.europa.eu/>
<https://enterprise.bg/>
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:02007L0064-20091207&from=EN/>
<https://litmedia.wordpress.com/>
<https://www.bloombergtv.bg/v-razvitie/2018-01-31/kak-direktivata-za-platezhni-uslugi-shte-promeni-bankoviya-sektor>
<https://www.borica.bg/products-and-services/BISERA6>
<https://www.ebaclearing.eu>
<https://www.ecb.europa.eu>
<https://www.investor.bg/>
<https://www.Mastercard.bg/>
<https://www.mi.government.bg/>
<https://www.mtitc.government.bg>
<https://www.swift.com>
<https://www2.deloitte.com/bg/>
<https://www2.deloitte.com/bg/bg/pages/finance/articles/deloitte-european-psd2-surveys.html>
www.earthport.com
www.Mastercard.com
www.starlingbank.com

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1

Актове от Европейското законодателство, относими към електронните плащания

Директиви

ДИРЕКТИВА (ЕС) 2015/2366 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 25 ноември 2015 година за платежните услуги във вътрешния пазар, за изменение на директиви 2002/65/ЕО, 2009/110/ЕО и 2013/36/ЕС и Регламент (ЕС) № 1093/2010 и за отмяна на Директива 2007/64/ЕО

ДИРЕКТИВА 2014/92/ЕС НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 23 юли 2014 година относно съпоставимостта на таксите по платежните сметки, прехвърлянето на платежни сметки и достъпа до платежни сметки за основни операции

ДИРЕКТИВА 2014/65/ЕС НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 15 май 2014 година относно пазарите на финансови инструменти и за изменение на Директива 2002/92/ЕО и на Директива 2011/61/ЕС

ДИРЕКТИВА 2013/36/ЕС НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 26 юни 2013 година относно достъпа до осъществяването на дейност от кредитните институции и относно пруденциалния надзор върху кредитните институции и инвестиционните посредници, за изменение на Директива 2002/87/ЕО и за отмяна на директиви 2006/48/ЕО и 2006/49/ЕО

ДИРЕКТИВА 2013/34/ЕС НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 26 юни 2013 година относно годишните финансови отчети, консолидираните финансови отчети и свързаните доклади на някои видове предприятия и за изменение на Директива 2006/43/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и за отмяна на Директиви 78/660/ЕИО и 83/349/ЕИО на Съвета

ДИРЕКТИВА 2009/110/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 16 септември 2009 година относно предприемането, упражняването и пруденциалния надзор на дейността на институциите за електронни пари и за изменение на директиви 2005/60/ЕО и 2006/48/ЕО, и за отмяна на Директива 2000/46/ЕО

ДИРЕКТИВА 2009/44/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 6 май 2009 година за изменение на Директива 98/26/ЕО относно окончателността на сетълмента в платежните системи и в системите за сетълмент на ценни книжа и на Директива 2002/47/ЕО относно финансовите обезпечения по отношение на свързаните системи и вземанията по кредити

ДИРЕКТИВА 2009/22/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 23 април 2009 година относно исковете за преустановяване на нарушения с цел защита на интересите на потребителите (кодифицирана версия)

ДИРЕКТИВА 2007/64/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 13 ноември 2007 година относно платежните услуги във вътрешния пазар, за изменение на директиви 97/7/ЕО, 2002/65/ЕО, 2005/60/ЕО и 2006/48/ЕО и за отмяна на Директива 97/5/ЕО

ДИРЕКТИВА 2006/43/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 17 май 2006 година относно задължителния одит на годишните счетоводни отчети и

консолидираните счетоводни отчети, за изменение на Директиви 78/660/ЕИО и 83/349/ЕИО на Съвета и за отмяна на Директива 84/253/ЕИО на Съвета

ДИРЕКТИВА 2002/47/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 6 юни 2002 година относно финансовите обезпечения

ДИРЕКТИВА 98/26/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 19 май 1998 година относно окончателността на сетълмента в платежните системи и в системите за сетълмент на ценни книжа

ДИРЕКТИВА 97/5/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ от 27 януари 1997 година относно презграничните кредитни преводи, (отм.)

ДИРЕКТИВА 91/674/ЕИО НА СЪВЕТА от 19 декември 1991 година относно годишните счетоводни отчети и консолидираните счетоводни отчети на застрахователните предприятия

ДИРЕКТИВА 86/635/ЕИО НА СЪВЕТА от 8 декември 1986 година относно годишните счетоводни отчети и консолидираните счетоводни отчети на банки и други финансови институции

Регламенти

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) 2017/2394 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 12 декември 2017 г. относно сътрудничеството между националните органи, отговорни за прилагането на законодателството за защита на потребителите и за отмяна на Регламент (ЕО) № 2006/2004

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) 2016/1011 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 8 юни 2016 г. относно индекси, използвани като бенчмаркове за целите на финансови инструменти и финансови договори или за измерване на резултатите на инвестиционни фондове, и за изменение на директиви 2008/48/ЕО и 2014/17/ЕС и на Регламент (ЕС) № 596/2014

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) 2015/847 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 20 май 2015 г. относно информацията, придружаваща преводите на средства, и за отмяна на Регламент (ЕО) № 1781/2006

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) 2015/751 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 29 април 2015 г. относно обменните такси за платежни операции, свързани с карти

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 596/2014 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 16 април 2014 г. относно пазарната злоупотреба (Регламент относно пазарната злоупотреба) и за отмяна на Директива 2003/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и директиви 2003/124/ЕО, 2003/125/ЕО и 2004/72/ЕО на Комисията

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 575/2013 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 26 юни 2013 г. относно пруденциалните изисквания за кредитните институции и инвестиционните посредници и за изменение на Регламент (ЕС) № 648/2012

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 524/2013 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 21 май 2013 г. относно онлайн решаване на потребителски спорове и за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 и Директива 2009/22/ЕО (Регламент за ОРС за потребители)

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 648/2012 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 4 юли 2012 г. относно извънборсовите деривати, централните контрагенти и регистрите на транзакции

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 260/2012 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 14 март 2012 г. за определяне на технически и бизнес изисквания за кредитни преводи и директни дебити в евро и за изменение на Регламент (ЕО) № 924/2009

РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 1093/2010 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 24 ноември 2010 г. за създаване на Европейски надзорен орган (Европейски банков орган), за изменение на Решение № 716/2009/ЕО и за отмяна на Решение 2009/78/ЕО на Комисията

РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 924/2009 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 16 септември 2009 г. относно презграничните плащания в рамките на Общността и за отмяна на Регламент (ЕО) № 2560/2001

РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 2006/2004 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 27 октомври 2004 г. за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите (регламент за сътрудничество в областта на защита на потребителите) (отм.)