

ПОЛЕЗНИ И ВРЕДНИ ПРОДУКТИ, ИНОВАЦИИ И ДЕНОВАЦИИ

Леона Асланова¹
e-mail: leona.aslanova@yfu.bg

Резюме

В България са налични повече иновации или повече деновации? Задавайки този въпрос е нужно да изясним икономическата зависимост между двете понятия. Иновацията (Shumpeter, 1943; Drucker, 1985) е положително икономическо изменение, свързано с прогреса, което се релизира на пазара под формата на свръх-продукти, услуги, процеси или бизнес модели, като в представката свръх- се влага разбирането за: 1. превъзхождащ доминантен дизайн на употребата; 2. свършенство на функция и форма; 3. доказан потенциал за масова употреба и дистрибуция, подобряване на човешкия живот (Асланова, 2021): „Радикално новите идеи, които боравят с недефинираното, непознатото, откривателството като дух и нагласа, се превръщат в иновации само тогава, когато могат да предложат: масово решение, превъзхождащо решение, позитивно въздействие върху обществото“. Деновацията (със синонимите си маловация или маловъведение) е отрицателно икономическо изменение, свързано с регреса и се ползва като термин, противоположен на иновациите, който притежава всички характеристики на иновацията, но вместо полезно въздействие върху човешкия живот, нанася вреда. Като основа за въвеждане на термина е взето разбирането на Адам Смит за акцизите (Smith, 2018), като една от най-старите форми на облагане с косвени данъци в икономиката. Въведени през 17 век, те представляват надбавка (допълнителен данък) към цената на стоката, която потребителят заплаща при покупка. Икономистът Адам Смит описва акцизите така: „Мотив за използването на акцизите трябва да бъде само стремежът да се ограничи потреблението на вредни за здравето и морала и разточителни стоки и услуги“, които той нарича „данъците на греха“. Нововъведенията „данъци на греха“ са описани като деновации. В настоящата академична статия се разглеждат параметрите на новото икономическо понятие, явление и термин „деновация“, който притежава следните принципни характеристики: 1) принцип на антитезата – намаляване или обезсилване на въздействието на иновациите; деновацията работи в посока противоположна на икономическото въздействие на иновациите за обществото; 2) принцип за центъра и периферията – деновациите винаги възникват в центъра; 3) принцип за скоростта на навлизане на пазара – деновациите винаги навлизат и се разпространяват по-бързо от иновациите (нужни са им по-малко средства, не се съобразяват с регулациите, естествено приети са от пазара).

¹ Асистент, доктор, факултет „Международна икономика и администрация“, катедра „Администрация, управление и политически науки, ВСУ „Черноризец Храбър“

Ключови думи: иновация, деновация, прогрес, регрес, предприемачество

JEL: D63, E22, H50

Въведение

Възможно ли е в света около нас и на пазара да съществуват само полезни продукти и услуги? Вероятно, да, но само в един идеален и утопичен свят. И все пак, ролята на държавата (Hazlitt, 1979, р. 32) е чрез механизма на законите и регулациите да защитава населението си, потребителите, всички, от продукти и услуги, които могат да увредят здравето, да влошат икономическото и социалното благосъстояние, да унищожават и замърсяват природата. Това касае както технологичните нововъведения, така и технологичните маловъведения. Когато има нови икономически изменения на пазара, трябва да се проследят не само непосредствените благоприятни или отрицателни резултати в краткосрочен план, но и резултатите в дългосрочен аспект, не само първичните, но и вторичните резултати, не само влиянието върху един човек, а върху цялото общество.

Другата съществена роля на страните в сферата на иновациите е да осигуряват достъп за населението си до най-модерните, авангардни и полезни нововъведения в света във всяка една сфера на държавното управление. До това се свежда и целият наратив за доброто управление на иновационната стратегия в една държава – ограничаване на вредите vs. увеличаване на ползите (Afua, 1998).

В практиката на управленците обаче често се случва обратното – пред навлизането на иновациите са поставени редица нормативни, финансови и икономически бариери, а в същото време с лекота се разпространяват негативни пазарни, социални и икономически явления. Тези страни, обичайно определяме като провалени и неуспешни в управленската си роля (Acemoglu and Robinson, 2012, pp. 35-69).

В България се наблюдава и друг феномен – за иновации се считат само високотехнологични разработки без пряка полза за повишаване на качеството на живот на потребителите или се поощряват компании с бърз растеж (стартъпи, растящи или зрели бизнеси), чиято пазарна динамика отчита добър ръст на приходите. Проблемът в този подход е, че той в голямата си степен блокира потенциала за развитие на иновациите. В допълнение, за да има пробив на национално ниво в сферата на иновациите е нужно върху инфраструктурата на публичния сектор с лекота да могат да се създават експерименти и тестови групи.

Тези теми разглежда проведеното през 2024 г. проучване с основна изследователска теза, че държави, в които се въвеждат по-малко или в ниска

степен иновации, в същото време се въвеждат повече деновации на пазара и обратното – в държави, в които се въвеждат повече иновации или в по-висока степен, са налични по-малко деновации (и антииновации) и основна изследователска хипотеза, че в България са налични повече деновации, отколкото иновации.

Проучване

- Обхват на проучването: национално проучване, представително за населението на страната на възраст над 18 години.
- Методика на извадката: стратифицирана извадка с обем от 1000 респондента (случайна вътре в стратите), реализирана на няколко стъпки. Стратите, които се използват са: населено място, пол и възрастова група. Разпределението на респондентите по страти е в съответствие с данните от последното преброяване в България (2021 г.).
- Респонденти: респондентите са разпределени пропорционално на размера на населените места, в гнезда с приблизително равен обем. Населените места са типологизирани в три категории: областни центрове (в т.ч. столица), други градове и села. Определят се населените места и броят на гнездата в тях, пропорционално на броя на избирателите (на възраст +18). В извадката са фиксирани областните центрове, а след това на случаен принцип са избрани малките градове и селата в съответната област. Вътре във всяко гнездо е балансирано полово-възрастовото разпределение, съгласно данните на Националния статистически институт (НСИ) от последното преброяване в България (2021 г.). Така конструираната извадка възпроизвежда структурата на българското население/популацията по местоживеење, пол и възраст през 2024 г.
- Методика на регистрацията на респондентите: метод на прякото полустандартизирано face-to-face интервю (РАPI).
- Въпросник: съдържа общо 14 съдържателни въпроса (отворен и затворен тип).

Новите термини „деновация“ и „деновативна икономика“

Представете си, че утре бъдете поканени да участвате в тестване на нова разработка и/или функционалност на приложението eЗдраве², която има за цел да ви предостави допълнително финансиране в определен размер, така че да извършите в определен период всички нужни прегледи, манипулации

² Приложение eЗдраве <https://his.bg/ezdrave/> – първата голяма национална цифрова иновация на България, без пряк аналог в света за друга държава.

и подобрения на състоянието на зъбите си в избрана от вас зъболекарска клиника в България, за да се отчетат записите на прегледите, извършените манипулации, издадените рецепти и тяхната цена, вашата обратна връзка за качеството, като потребител, да се проследи дългосрочно дали здравната картина на състоянието на зъбите ви се е подобрила; не само да ви се напомня по цифров път за следващите профилактични прегледи, но и да виждате наличния си портфейл със сумата, която може да си позволите за тези манипулации и реалното си здравно състояние в приложението – здрави ли са зъбите ви, венците, изглеждате ли добре и най-вече – чувствате ли се наистина добре и доволни от здравното им и естетично състояние? Влизате в приложението и виждате имате ли здравноосигурителни права или са прекъснати. Виждате всички безплатни прегледи, на които имате право през годината (Национална кампания за безплатни профилактични прегледи за рак на гърдата, безплатни прегледи на кожата в рамките на националната профилактична кампания „Евромеланома“, която цели да се повиши обществената информираност по въпросите на злокачествените новообразувания на кожата и др.). Виждате ваксинационния си календар, кога ви предстои реваксинация, препоръчани сезонни ваксини. Виждате рисковите си фактори, болничните заведения, които ви обслужват, стимули за здравето си и пр.

Това е само един пример за реалното възможно функциониране на продукт или услуга под формата на истинска грижа, полза, улеснение, подобрение за крайния потребител, т.е. в иновация, така че да работи на системно ниво за всеки. От някъде трябва да започнем и понеже загубихме твърде много време в липса на експертно знание, грешни стратегии, разпиляно финансиране, трябва да се помни, че в сферата на иновациите нещата са сравнително прости „Икономическите институции оформят икономически стимули: стимулите да се образоваш, да пестиш и инвестираш, да развиваш нови технологии и т.н. Политическият процес определя под кои икономически институции да живеят хората, а политическите институции определят как работи този процес“ (Acemoglu and Robinson, 2012, pp. 35-69).

България е от страните, които срещат редица трудности да участват в световната икономика на знанието и да работят в полза на икономика на благосъстоянието за населението си. Един от големите изследователи на икономиката на благосъстоянието е Ангъс Дийтън, който е отличен с Нобеловата награда за икономика през 2015 г. Той твърди, че именно отдалечаването от етичните икономически основи, зададени от Адам Смит води до влошаване на потреблението, бедността и увеличаването на социалните неравенства в обществата.

Проучване, проведено през 2024 г. Проверява изследователската хипотеза, че в България са налични повече деновации, отколкото иновации и резултатите от него я доказват:

1. Едва 3% от респондентите в проучването са съгласни с твърдението, че българите имат достъп до най-добрите нововъдения в света, 95% не са съгласни, а 2% не могат да преценят.
2. 95% процента от респондентите в проучването мислят, че България е въвела по-малко от 5 иновации през последните 5 години.
3. 79% процента от респондентите в проучването считат, че в България има повече деновации, отколкото иновации, 3%, че са достъпни повече иновации, 18% не могат да преценят.

Пътят е да се търсят решения на проблема за намаляване на вредата от тази икономическа ситуация за страната. Основната трудност в новата концепция, която се предлага за подход към дихотомията на термините иновация-деновация е доброто и „превеждане“ на ненаучен икономически език за всекидневна употреба, който в същото време да запази смисъла и интенцията на авторската идея. Това е и причината първото поред проучване да бъде реализирано само на територията на Република България като експеримент, върху който се стъпва, за да се доразвие както теоретичната, така и изследователската част на текста. Важно е принципното разбиране, че с технологичното развитие в света и епохата на четвъртата индустриална революция (Шваб, 2016), тази на цифровизацията или петата индустриална революция (Харари, 2018) – тази на изкуствения интелект, в живота навлизат както повече технологични иновации, така и повече технологични деновации. Изложени сме на избора между посоката на икономическите изменения между ползата и вредата по-често.

И докато старата дихотомия полезни-вредни продукти е била икономически прецизна и ясна (мита (акцизи), забранен внос, забранени продажби, по-високи цени, определени локации, възрастов, здравен ценз и др.), съвременните икономисти и националните и наднационални регулатори в значителна степен не ограничават и не възпират бързото навлизане на технологични деновации в живота. Появява се цяла празна ниша на деновационни икономически последици, особено видима в случаите с криптоизмамите, здравеопазването, хранителната индустрия, образованието и др., които по-често биват пропускани, именно заради ускореното технологично развитие в света. То води до несправяне с регулациите както за иновациите, така и за деновациите.

През 2024 г. вече можем да говорим и за нарастващо технологично неравенство между големите градове и селата, между големи и по-малки компании, между социално бедни и потребители с добри финансови въз-

можности. И докато достъпът до високоскоростен неограничен интернет е сравнително достъпен в цялата страна³, редица нововъведения не са. Този тип технологична дискриминация донякъде ще бъде определяща и за бъдещо проучване. Защото ако приемем, че животът на една част от потребителите, чиито всекидневен сблъсък и употреба на технологиите в образованието, работата, живота им, е определящ и е трайно детерминиран от технологичния напредък, за друга част от обществото в България – това е един чужд свят, до който достъпът им е възпрепятстван както от отсъствието на знания, така и от отсъствието на технологична готовност за тяхното включване от страна на държавата. Приобщаващите технологични политики, както и традиционно лошото представяне в сферата на иновациите изискват и специфичен нов подход.

За начало би било добре да има онлайн достъп до информация за всички нововъведения, достъпни в България, във всеки един икономически сектор за масовия потребител. Ако една онкоболна жена знае, че може да запази косата си по време на химиотерапия, защото на пазара вече е наличен охлаждащ скалпа модерен апарат с тази функция⁴, тя ще има избор да се възползва или не от тази иновация, но ако информация за нововъведенията не достига до обществото, защото липсва комуникационна стратегия и останат привилегия за 3% от населението, ще продължим да отчитаме механично добра технологична готовност, с влошено технологично приобщаване.

Има и още един по-обширен проблем, който не е обект на проведеното изследване и е оставен на търсенията на бъдещи автори – държави, които държат да развиват конкурентите си предимства в областта на иновациите стъпват върху стабилна основа на правата на интелектуална собственост. Идеята, че укрепването на правата върху интелектуалната собственост в една страна може да увеличи интензитета на нововъведения е частично вярна. Частично, защото, за да се превърне в защитим обект на интелектуална собственост, една идея трябва да е достигнала по-зрял стадий на своето развитие. Защото запазването на тези права е свързано с допълнителни разходи на младите компании за проучване, правни и финансови аспекти, но най-вече, защото интелектуалните права се запазват при убеденост за възможността за бъдещ приход от търговска дейност, свързана с тяхната експлоатация.

В същото време е ясно дори и да не го кажем на висок глас, че отслабването на защитата на интелектуалните права в една страна води до повече деновации. За да си припомним „базата“ на силните държави иноватори, тя

³ Според данните на НСИ за 2023 г. 88,5% от населението има достъп до интернет в дома си (НСИ, 2023).

⁴ Информацията е налична на уебсайта на организацията с идеална цел „Дара Хелп“: <https://darahelp.com>

стъпва на четирите „И-та“ на икономическия растеж (Fatás, Mihov, 2009), това са Институции, Инвестиции, Иновации и Изходни условия. Но нестабилността на политиката има голямо значение за икономическия растеж на една страна, за което могат да бъдат преведени многобройни доказателства от различни политико-икономически теории. По-голямо значение отколкото стабилността и ефективността на институциите или добрата фискална политика, или модерните макроикономически стимули.

Заклучение

В дисертационен труд (Асланова, 2021) от 2021 г. се представя изводът, че в България има подходящи изходни условия за иновационно лидерство, но за съжаление нито институциите, нито инвестициите работят в полза на иновациите. Сега е предложена и една още по-смела теза, базирана на резултатите от проучване, че ако България се концентрира върху елиминирането на икономиката на деновациите, резултатите в иновациите ще бъдат впечатляващи.

Мисълта на Чърчил, че „цялата история на света се свежда до факта, че когато нациите са силни, те невинаги са справедливи, а когато пожелаят да бъдат справедливи, престават да бъдат силни“, отнесена до България, показва ясно, че и двете твърдения към 2024 г. не са верни, защото това е сентенция на великите сили. България нито е силна, нито е справедлива. Но ако стане поне малко по-справедлива, ще започне да става малко по-малко и по-силна, а оттам и малко по-малко и по-иновативна. Ако се върнем към контекста на „Защо нациите се провалят?“ (Acemoglu and Robinson, 2012) или „Богатството на народите“ (Smith, 2018) и големия въпрос, защо едни страни са бедни, а други богати, отново ще видим, че не става дума за някаква отсъстваща филантропия от богатите за бедните или за нуждата от революция и радикални промени, нито за особени географски, културни или исторически предимства, а за съвсем просто решение за изграждане на силни политически и икономически институции, които да работят в синхрон за просперитета на нациите. Тези институции регулират, контролират и блокират навлизането на деновации, (особено там, където „невидимата ръка“ на пазара на Смит отсъства, защото икономиката е доминирана от лошите управленски държавнически решения (Friedman, 1993)). Стимулират, поощряват и финансират навлизането на иновации в живота на обществото.

България се проваля като нация икономически, защото не създава основополагащите институции в обществото, правилата, структурите, които могат да осигурят на страната навлизането на инвестиции, иновации, знания, за да превърнем икономиката си в икономика на благосъстоянието и прос-

перитета. Не успява и да проведе стабилна дългосрочна политика в нито една сфера на държавното управление.

Затова и от 1000 респонденти в проучването 79% отговарят, че в България са достъпни повече деновации, а едва 3%, че имаме достъп до повече иновации (18% от респондентите са дали отговор „Не мога да преценя“).

Деновативната икономика на България обаче подлежи на лечение и това се вижда от макар забавените и противоречиви опити на Народното събрание да обсъжда и въведе няколко поред санкциониращи деновациите закони в последните две години:

1. Да бъдат забранени продажбата, закупуването и предоставянето на енергийни напитки на лица под 18 години предвижда Законопроект за изменение и допълнение на Закона за здравето.

2. Рекламата на хазарт във всякаква форма се забрани във всички видове медии – телевизия, радио, печатни издания и интернет страници окончателно с приети промени в Закона за хазарта.

3. Забрана за продажба на ароматизирани нагряваеми тютюневи изделия, или т.нар. „бездимни“ ароматизирани цигари, които заляха пазара. Промяната касае Закона за тютюна и тютюневите изделия. И др.

4. Комисията за защита на потребителите (КЗП) спомогна за въвеждане на пълна забрана на продажбата и разпространението на енергиен прах (т. нар. енергиен сниф). Мярката стана факт след координация със Министерство на здравеопазването и силен обществен натиск.

Но политиката не може да замести пазара и ако държавата е неспособна да насочва икономиката в посока, която създава иновации, цената, която плаща обществото е на застой (Fukuyama, 2012).

Използвана литература

- Харари, Ю. (2018). Кратка история на бъдещето, ИК „Изток-Запад“. (Harari, Yu., 2018, *Kratka istoria na badeshteto*, ИК „Iztok-Zapad“).
- Шваб, К. (2016). Четвъртата индустриална революция, ИК Хермес. (Shvab, K., 2016, *Chetvartata industrialna revolyutsia*, ИК Hermes).
- Afua, A. (1998). Responding to Structural Industry Changes: A Technological Evolution Perspective, Oxford University Press, Vol. 6, Issue 1, pp. 183-202.
- Acemoglu, D., and Robinson, J. A. (2012). Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty, Profile Books, London.
- Drucker, F. P. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles, Harper&Row Publishers, New York.
- Fatás, A., Mihov, I. (2009). The 4 I's of Economic Growth, INSEAD Business School.
- Press, Review of Economics and Statistics, Vol. 95, Issue 2, pp. 362-376.

- Hazlitt, H. (1979). Economics in one lesson, New Rochelle: Arlington House.
- Shumpeter, J. A. (1943). The Process of Creative Destruction in Capitalism, Socialism and Democracy, Chapter 7.
- Smith, A. (2018). The Wealth of Nations, CreateSpace Independent Publishing Platform.

BENEFICIAL AND HARMFUL PRODUCTS, INNOVATIONS AND DENOVATIONS

Assist. Prof. Leona Aslanova, PhD
Department of Administration, Management and Political Science
VFU „Chernorizets Hrabar“
e-mail: leona.aslanova@vfu.bg

Abstract

Is there more innovations or more denovations in Bulgaria? In asking this question we need to clarify the economic dependence between the two concepts. In this academic article we consider the introduction of a new economic concept, phenomenon and term „denovation“, which has the following principle characteristics: 1) the principle of antithesis – reducing or nullifying the impact of innovation; innovation works in the opposite direction to the economic impact of innovation on society; 2) the principle of the center and periphery – denovation always occurs in the center; 3) the principle of the speed of market penetration – denovation always enters and spreads faster than innovation;

Keywords: innovation, denovation, progress, regress, entrepreneurship

JEL: D63, E22, H50