

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „БИЗНЕС, ИНВЕСТИЦИИ, НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“**

Явор Николаев Николов

**ОЦЕНКА НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ
В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ В БЪЛГАРИЯ**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т
на дисертационен труд
за придобиване на образователна и научна степен „доктор“
по професионално направление 3.8 „Икономика“,
докторска програма „Икономика и управление
(строителство и недвижима собственост)“

**Варна
2026**

Дисертационният труд се състои от 219 страници, от които:

- Увод – 6 страници;
- Основен текст (три глави) – 187 страници;
- Заключение – 3 страници;
- Списък на използваните източници – 135 заглавия;
- Списък на електронните източници (уебсайтове) – 18;
- Таблици – 36 броя;
- Фигури – 13 броя.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 11.06.2026 г. от 15:30 часа в зала 205 на Икономически университет – Варна, на заседание на Научно жури, назначено със Заповед № РД-06-74 от 01.04.2026 г. на Ректора на Икономически университет – Варна.

Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се на интернет страницата на Икономически университет – Варна, www.ue-varna.bg.

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „БИЗНЕС, ИНВЕСТИЦИИ, НЕДВИЖИМИ ИМОТИ“

Явор Николаев Николов

ОЦЕНКА НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ
В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ В БЪЛГАРИЯ

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертационен труд за придобиване на образователна
и научна степен „доктор“ по професионално направление
3.8 „Икономика“, докторска програма „Икономика и
управление (строителство и недвижима собственост)“

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:

доц. д-р Тодор Стоянов Райчев

НАУЧНО ЖУРИ:

- | | |
|--|--------------|
| 1. проф. д-р Георги Шинков Забунов | УНСС – София |
| 2. проф. д-р Румен Николаев Калчев | ИУ – Варна |
| 3. доц. д-р Драгомир Желчев Стефанов | УНСС – София |
| 4. доц. д-р Яна Георгиева Стоенчева | УНСС – София |
| 5. доц. д-р Божидар Костадинов Чапаров | ИУ – Варна |

РЕЗЕРВНИ ЧЛЕНОВЕ:

- | | |
|----------------------------------|--------------|
| 1. доц. д-р Иво Ангелов Костов | ИУ – Варна |
| 2. доц. д-р Емил Кръстев Папазов | УНСС – София |

РЕЦЕНЗЕНТИ:

- | | |
|--|--------------|
| 1. проф. д-р Георги Шинков Забунов | УНСС – София |
| 2. доц. д-р Божидар Костадинов Чапаров | ИУ – Варна |

Варна
2026

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита от катедра „Бизнес, инвестиции, недвижими имоти“ при Икономически университет – Варна.

Авторът е докторант към катедра „Бизнес, инвестиции, недвижими имоти“ при Икономически университет – Варна. Изследванията и разработката са извършени в същия университет.

Автор: Явор Николаев Николов

Заглавие: Оценка на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България

Отпечатан в Печатна база на Икономически университет – Варна

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност на темата

Актуалността на настоящото изследване произтича от нарастващата роля на агенциите за недвижими имоти като ключов посредник при сделки с висока стойност и сложност, при които качеството на услугата влияе пряко върху доверието и защитата на потребителите. Към това следва да се добави и специфичната институционална среда в България – липсата на специализиран закон, регулиращ брокерската дейност, създава предпоставки за нелоялна конкуренция и наличие на „сив сектор“, което прави въпроса за измерването и гарантирането на качеството особено значим. Допълнителен катализатор е макроикономическата динамика (инфлационни процеси, промени в кредитните условия и структурните промени в инвестиционната среда, свързани с членството на страната в еврозоната), която повишава финансовия залог за участниците и изисква безупречна професионална експертиза. Не на последно място, бързата дигитална трансформация на сектора, като развитието на технологиите за недвижими имоти (PropTech) и навлизането на изкуствения интелект, променя традиционните бизнес модели и налага нови стандарти за прозрачност и бързина. Условията на засилена конкуренция между агенциите и повишените потребителски очаквания правят качеството на услугите водещ фактор за доверие, удовлетвореност и устойчиво пазарно позициониране. В този контекст разработването на модел и методика за оценка на качеството, адаптирани за българските условия, представлява прагматичен подход с научно и практико-приложно значим принос към управлението на услугите и повишаването на професионалните стандарти в сектора.

В този смисъл настоящият дисертационен труд е насочен към разработване на модел и методика за оценка на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България, които да отчитат спецификата на посредничеството и ключовите предпоставки на доверието, прозрачността и процесната надеждност. Научната значимост на изследването произтича от стремежа да се интегрират класическите теоретични постановки за качеството на услугите със секторно

ориентиран инструментариум, позволяващ измерване, сравнимост и управленско приложение. Практическата значимост се свързва с възможността резултатите да подпомогнат агенциите за недвижими имоти при идентифициране на критични зони за подобрене, както и професионалните и институционалните заинтересовани страни при формиране на стандарти и политики, насочени към повишаване на качеството и потребителската защита.

2. Обект и предмет на изследване

Обект на изследване са посредническите услуги при сделки с жилищни имоти, осъществявани от агенциите за недвижими имоти в България.

Предмет на изследване е възприетото качество на посредническите услуги, предоставяни от агенциите за недвижими имоти в България.

3. Цел и задачи в изследването

Целта на дисертационния труд е въз основа на теоретичен анализ и изследване на състоянието на пазара на жилищни имоти в България да се разработят модел и методика за оценка на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти и да се формулират приоритетни направления и иновативни практики за подобряване на обслужването.

За постигане на поставената цел е необходимо изпълнението на следните основни научноизследователски задачи:

1. Да се анализират теоретичните постановки относно същността на качеството на услугите и факторите, влияещи върху тях, на пазара на жилищни недвижими имоти в България.

2. Да се проучат основни модели за измерване на качеството на услугите с оглед на тяхната приложимост при сделки с недвижими имоти в страната.

3. Да се анализира качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България и във водещи страни от Европейския съюз и света.

4. Да се разработят концептуален модел и методика за оценка на възприетото качество на посредническите услуги, предлагани от агенциите за недвижими имоти в България, на основата на система от специфични измерения и индикатори.

5. Да се формулират управленски, образователни и нормативни предложения, базирани на утвърдени международни практики и

съвременни иновации, за подобряване качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България.

4. Изследователска теза на дисертационния труд

Тезата, която се защитава в дисертационния труд, е, че незадоволителното състояние на качеството на посредническите услуги в България е резултат от институционални и професионални дефицити, които могат да бъдат преодолени чрез комплексното въздействие на професионалната компетентност, управленските решения и нормативната рамка, съвместно детерминиращи възприетото качество и обуславящи удовлетвореността и лоялността на клиентите.

Основната хипотеза на научното изследване е, че професионалната компетентност на служителите, управленските решения и нормативните мерки оказват съществено влияние върху възприетото качество на посредническата услуга, което от своя страна повишава удовлетвореността и вероятността за повторно използване и препоръка на услугата от страна на клиентите.

С цел конкретизиране и емпирична проверка на основната хипотеза в изследването се формулират следните подхипотези:

- *Подхипотеза 1:* Професионалната компетентност на служителите оказва положително и статистически значимо влияние върху възприетото качество на услугата.

- *Подхипотеза 2:* Оперативните управленски практики в агенциите за недвижими имоти оказват положително и статистически значимо влияние върху възприетото качество на услугата.

- *Подхипотеза 3:* Нормативната регулация оказва положително влияние върху възприетото качество на посредническата услуга.

- *Подхипотеза 4:* Възприетото качество на получената посредническа услуга оказва положително и статистически значимо влияние върху удовлетвореността на клиентите.

- *Подхипотеза 5:* Удовлетвореността оказва положително и статистически значимо влияние върху поведенческите намерения на клиентите (повторно използване и препоръка на услугата).

5. Методология на изследването

Спецификата на изследваната проблематика в настоящия

дисертационен труд определя необходимостта от комбинираното прилагане на широк методологичен апарат. Като най-подходящи за целите на изследването са използвани общонаучни методи като индукция и дедукция, анализ и синтез, сравнение и обобщение. Набирането на първична информация е осъществено чрез емпирично анкетно проучване с участието на реални клиенти. За последващата обработка на данните и верифициране на хипотезите са интегрирани утвърдени математически и статистически методи, сред които ключово значение имат корелационният и регресионният анализ, послужили за измерване и доказване на причинно-следствените връзки и зависимости в изследвания обект.

6. Ограничения на изследването

Дисертационният труд е разработен при следните ограничения:

- *Териториален обхват* – изследвани са данни за пазара на жилищни недвижими имоти в големите градове в страната с цел определяне на тенденциите на посредническите услуги, предлагани в агенциите за недвижими имоти (АНИ).

- *Времеви ограничения на изследването* – обхваща периода 2015 – 2025 г.

- *Субективност на оценките* – възприетото качество е индивидуална интерпретация и може да зависи от личен опит, очаквания и конкретен казус.

- *Разнородност на услугата* – различните типове сделки и модели на работа на агенциите създават естествена вариативност в клиентските оценки. Влиянието на този фактор се изследва посредством сегментационни анализи въз основа на ключови характеристики (тип на сделката, предишен опит на клиента и др.).

7. Апробация

Дисертационният труд е обсъден на заседания на катедра „Бизнес, инвестиции, недвижими имоти“. Публикувани са 3 публикации (1 статия и 2 доклада) по неговата тема в специализирани научни издания.

8. Съдържание на дисертационния труд

УВОД

Глава първа

ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ

- 1.1 Същностна характеристика на качеството на услугите
- 1.2 Фактори, влияещи върху качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти
- 1.3 Концептуален модел за оценка на качеството на услугите, предлагани от агенциите за недвижими имоти

Глава втора

АНАЛИЗ НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ В БЪЛГАРИЯ

- 1.1 Оценка на състоянието на пазара на жилищни недвижими имоти
- 1.2 Анализ на практиките и качеството при предоставяне на услуги от агенциите за недвижими имоти в България
- 1.3 Сравнителен анализ на посредническите услуги на агенциите за недвижими имоти във водещи държави от Европейския съюз и света

Глава трета

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ

- 3.1 Методика за оценка на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България
- 3.2 Приоритетни направления за подобряване на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти
- 3.3 Иновативни подходи за усъвършенстване на клиентското обслужване в агенциите за недвижими имоти в България

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

II. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

УВОД

В увода е обоснована актуалността на темата. Дефинирани са обектът и предметът на изследване, научната цел, научно-приложните задачи и основната изследователска теза. Представени са методите на изследване, ограниченията в обхвата и информационната база.

ГЛАВА ПЪРВА

ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ

Глава първа на дисертационния труд е посветена на теоретичните основи на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти. Тя обхваща три параграфа, които последователно изграждат концептуалната рамка на изследването: същностна характеристика на качеството на услугите; факторите, влияещи върху качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти и концептуален модел за оценка на качеството на услугите, предлагани от агенциите за недвижими имоти. Логиката на изложението следва принципа „от общото към частното“ – от универсалните теоретични постановки за качество на услугите, през секторната специфика на посредничеството с недвижими имоти, до разработването на авторски концептуален модел за оценка.

В първия параграф на глава първа се представя критичен анализ на понятията „услуга“, „качество“ и „качество на услугите“, проследявайки тяхната еволюция от класическите икономически теории до съвременните концепции. Изследването започва с анализ на структурната трансформация на икономиката към доминиране на сектора на услугите. В развитите държави делът на услугите в брутната добавена стойност устойчиво надхвърля 70%, а в България по данни на НСИ за 2024 г. достига около 67%. Тази тенденция обосновава необходимостта от задълбочено теоретично и емпирично изследване на качеството на услугите.

В дисертацията е направен обстоен преглед на дефинициите за понятието „услуга“, започвайки от етимологичния произход (лат.

servitium) и класическите постановки на Смит (Smith)¹, който определя услугите като „непродуктивни дейности“, през приноса на Фишър (Fisher)² и (Clark)³ за обособяването на третичния сектор, до съвременните концепции на Грьонроос (Grönroos)⁴, Лавлок и Вирц (Lovelock & Wirtz)⁵ и ISO 9004-2018. Анализът обхваща дефинициите на Хил (Hill)⁶, Зарифиан (Zarifian)⁷, Дюмулен (Dumoulin)⁸, Котлър (Kotler)⁹, ОИСП и МВФ, като идентифицира три основни групи подходи: акцентиращи върху нематериалността, върху липсата на прехвърляне на собственост и върху едновременността на производство и потребление.

Особено внимание е отделено на класификацията на услугите. Анализирани са класификационните схеми на СТО (12 основни сектора), Международната стандартна отраслова класификация на ООН (ISIC), Класификацията от Ница (NCL), както и авторските класификации на Джуд (Judd)¹⁰, Ратмел (Rathmell)¹¹ и Лавлок (Lovelock)¹². Установено е, че услугите при недвижимите имоти принадлежат към сектор К по ISIC (операции с недвижими имоти и бизнес услуги) и към Клас 36 по NCL (дела с недвижими имоти). Направен е изводът, че класифицирането позволява добрите практики в една сфера на услугите да бъдат адаптирани и приложени в друга.

Понятието „качество“ е разгледано от множество перспективи: философската (вътрешно присъщо свойство), индустриалната (системно управление; пригодност за употреба; съответствие с изискванията), икономическата (качеството като стойност) и маркетинговата (качеството като възприемана, субективна категория). Съвременните изследвания утвърждават разбирането за качеството като динамична, релационна и процесна категория, която се формира във взаимодействието между множество участници.

¹ Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*.

² Fisher, A. G. B. (1933). *The clash of progress and security*. London: Macmillan.

³ Clark, C. (1940) *The Conditions of Economic Progress*. London: Macmillan.

⁴ Grönroos, C. (2000) *Service Management and Marketing*. (2nd ed.). Chichester: Wiley.

⁵ Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing* (8th ed.). New Jersey: World Scientific.

⁶ Hill, T. P. (1977). On goods and services. *Review of Income and Wealth*, 23(4), 315–338.

⁷ Zarifian, P. (2001). Evenement et sens donne au travail. In *Le travail, entre l'entreprise et la cite*. Paris: Editions de l'Aube.

⁸ Dumoulin, C., & Flipo, J. P. (1991). *Entreprise de service: 7 facteurs clés de succes*. Paris: Les Editions d'Organisation.

⁹ Kotler, P. et al. (2016) *Marketing Management*. 15th edn. Harlow: Pearson Education.

¹⁰ Judd, R. C. (1964). *The Case for Redefining Services*. *Journal of Marketing*, 28, pp 58-59.

<https://doi.org/10.1177/002224296402800111>.

¹¹ Rathmell, J.M. (1974). *Marketing in the Service Sector*. Winthrop, Cambridge.

¹² Lovelock, C., Lamb, C., & Dunne, P. (2011). Towards a classification of services. In *Theoretical developments in marketing* (p. 72). Atlanta: Marketing Classics Press.

Специално внимание е отделено на понятието „качество на услугите“ като самостоятелна аналитична категория. Проследена е еволюцията от дефиницията на Парасураман, Зейтамл и Бери (Parasuraman, Zeithaml & Berry)¹³ за разликата между очаквания и възприятия от страна на клиента (потребителя), през процесния подход на Грьонроос¹⁴ (техническо и функционално качество), многоизмерната конструкция на Брейди и Кронин (Brady & Cronin)¹⁵, която включва различни взаимосвързани измерения – качество на взаимодействието, физическа среда и резултат от услугата, до най-новите концепции за съвместно създаване на стойност на Варго и Луш (Vargo & Lusch) и цялостното клиентско преживяване при Бекер и Яакола и Лемън и Верхуф (Becker & Jaakkola, Lemon & Verhoef). Анализирани са и влиянието на дигитализацията върху качеството на услугите при Ръст и колектив, Де Кайзер и колектив и Маклийн и Уилсън (Rust et al., De Keyser et al.¹⁶, McLean & Wilson¹⁷).

Като основен научен принос на параграфа е изведено авторско работно определение за „качеството на услугите“ се дефинира като динамичен процес на съвместно създаване на стойност между доставчика и клиента, при който посредством ефективна комуникация, персонализиране на обслужването и висока професионална компетентност на всеки етап от предоставянето на услугата се минимизира разминаването между очакванията и възприятията на клиента, като по този начин се постига устойчиво подобряване на възприеманото качество.

Във втория параграф на глава първа изследва факторите, които определят качеството на посредническите услуги, като ги поставя в контекста на пазара на жилищни недвижими имоти. Анализът започва с характеристика на основните елементи на пазара – търсене, предлагане, транзакции, цени и конкуренция. Подробно са разгледани общите и специфични условия на пазара на недвижими имоти, класифицирани по

¹³ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, 1988). *Journal of Marketing*.

¹⁴ Grönroos, C. (2000). *Service management and marketing* (2nd ed.). Chichester: Wiley.

¹⁵ Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). *Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach*. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.

¹⁶ De Keyser, A., Verleye, K., Lemon, K. N., Keiningham, T. L., & Klaus, P. (2020). *Moving the customer experience field forward*. *Journal of Service Research*, 23(1), 3–22.

¹⁷ McLean, G., & Wilson, A. (2022). *Evolving the online customer experience*. *Journal of Business Research*, 140, 1–12.

Първанова¹⁸ и Гликман (Glickman)¹⁹ в седем групи: пространствени, икономически, пазарно-структурни, информационни, правно-институционални, социално-психологически и политически.

Установено е, че пазарът на недвижими имоти се характеризира с пространствена фиксираност на обектите, висока капиталоемкост, ниска еластичност на предлагането, хетерогенност на обектите, цикличност и информационна асиметрия. Тези специфики обосновават необходимостта от професионално посредничество и определят изискванията към качеството на услугите. Анализирани са ролята на стандартите за качество в практиката, включително ISO 9001:2008/2015 и БДС EN 15733:2010 (Директивата за дейността на брокерите на недвижими имоти).

Основен принос на параграфа е авторската систематизация на факторите за качество в три основни групи. Първата група обхваща вътрешноорганизационните (контролируеми) фактори, които включват: стратегическо управление и позициониране; професионална компетентност на персонала; организационна структура и култура; стандартизирани процедури за обслужване; репутация и имидж; дигитализация и технологии; информационна инфраструктура (CRM системи, платформи за обяви, киберсигурност).

Втората група включва процесните фактори, свързани с начина на организиране и предоставяне на услугата: комуникацията като основен елемент при висока информационна асиметрия; бързината и гъвкавостта на реакция; организацията на процеса на посредничество и координацията между множество участници – продавачи, купувачи, нотариуси, банки, оценители; дигитализацията на процесите – виртуални огледи, 3D визуализации, AI базирани оценки.

Третата група обхваща външните (пазарни) фактори, които са извън прякото управление на агенцията, но оказват значително влияние: очакванията и потребностите на клиентите, формирани от индивидуални потребности, финансови възможности и дигитална информираност; публичната репутация и онлайн оценки; динамиката на пазарната среда

¹⁸ Parvanova, L. (2019). *Savremenni predizvikatelstva pred pazara na nedvizhimi imoti* [Contemporary challenges facing the real estate market]. Digital Library of the University of Economics – Svishstov. <https://dlib.uni-svistov.bg/handle/10610/2376>

¹⁹ Glickman, E. A. (2020). *An introduction to real estate finance*. Elsevier. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/real-estate-market>.

и конкуренцията; правната и институционалната рамка.

Въз основа на проведеня анализ е направен изводът, че качеството на услугите на пазара с жилищни недвижими имоти представлява многокомпонентна и системно обусловена категория, чието формиране е резултат от взаимодействието между трите групи фактори. На стратегическо равнище вътрешноорганизационните фактори изграждат ресурсната и управленска основа. На оперативно равнище процесните фактори осъществяват трансформацията на ресурсния потенциал в реално клиентско преживяване. На контекстуално равнище външните фактори задават стандартите и очакванията, спрямо които клиентите оценяват получената услуга. Този интегративен подход позволява качеството да бъде разглеждано като стратегически управляем процес за устойчиво конкурентно предимство.

В третия параграф на глава първа представя преглед на съществуващите модели за оценка на качеството на услугите и обосновава разработването на авторски концептуален модел „PropertyQual-Agency“. Анализът започва с разглеждане на формирането на възприетото качество от потребителя на базата на неговите очаквания, информираност и икономически компоненти (Хромов-Борисов). Установено е, че качеството на услугите е концепция, основана на възприеманото качество, като то се различава от обективното качество и представлява форма на отношение, тясно обвързана с удовлетвореността на клиента.

Подробно са анализирани шест основни модела за оценка на качеството на услугите. Първият е моделът на Лехтинен и Лехтинен (Lehtinen & Lehtinen)²⁰, който разглежда качеството като съвкупност от физическо, интерактивно и корпоративно качество. Вторият е Скандинавският модел на Грьонроос (1984), който определя качеството с технически (какво получават клиентите) и функционални (как го получават) измерители, като имиджът действа като филтър. Третият е моделът на несъответствията при Разрива (GAPS) на Парасураман, Зейтамл и Бери, които идентифицират пет разрива между потребител и доставчик. Четвъртият е моделът SERVQUAL, базиран на GAPS, който измерва качеството чрез разликата между очаквания и възприятия по пет

²⁰ Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1982). *Service quality: A study of quality dimensions*. Helsinki: Service Management Institute.

измерения: Надеждност, Отзивчивост, Увереност, Емпатия и Осезаемост.

Петият модел е SERVPERF на Кронин и Тейлър (Cronin & Taylor), който измерва качеството единствено чрез възприятията за изпълнението. Шестият е Йерархичният модел на Брейди и Кронин (Brady & Cronin), който предлага три нива на оценка: обща оценка, три измерения (качество на взаимодействието, на физическата среда и на резултата) и подизмерения. Допълнително са анализирани моделът RSQS на Дабхолкар, Торп и Ренц (Dabholkar, Thorp & Rentz) за търговски услуги и моделът E-S-QUAL на Парасураман, Зейтамл и Малхотра (Parasuraman, Zeithaml & Malhotra) за електронни услуги, включващ измеренията ефективност, изпълнение на обещанията, системна наличност, поверителност, възстановяване на проблеми и обслужване при рекламации.

В дисертацията е направен критичен анализ на предимствата и ограниченията на всеки модел. SERVQUAL е оценен като най-широко използваната диагностична рамка, но с ограничения при практическото приложение поради сложността на измерването на очакванията. SERVPERF е по-надежден и практичен, но не предлага диагностична информация за пропуските. Йерархичният модел на Брейди и Кронин комбинира идеята за техническо и функционално качество на Грьонрос с измеренията на SERVQUAL и концепцията за възприетото изпълнение на SERVPERF.

Разработването на концептуален модел за оценка на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България е логическият завършек на теоретичния анализ в първа глава. Според нас, именно интегрирането на утвърдените универсални модели за качество на услугите със секторно ориентиран инструментариум, отчитащ спецификите на посредническата дейност и българската институционална среда, е предпоставка за конструиране на работещ оценъчен и управленски полезен модел.

В настоящото изследване предлагаме модел за оценка на качеството в агенциите за недвижими имоти, наименуван „PropertyQual-Agency“, който надгражда логиката на SERVQUAL/SERVPERF (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988; Cronin and Taylor, 1992) и PropertyQual (Baharum

and Pitt, 2009²¹) и е съобразен с особеностите на сектор „Операции с недвижими имоти“ в България.

За да се осъществи преходът от тази теоретична рамка към практически приложим инструмент, адаптираните концептуални измерения са трансформирани в количествено измерими индикатори. Основната цел на тази трансформация е да се осигури надежден механизъм, чрез който специфичните за българския пазар възприятия на потребителите да бъдат не просто идентифицирани, а обективно анализирани и съпоставени. Именно този приложен характер превръща изследването от абстрактен конструктор в конкретен аналитичен апарат.

Моделът „PropertyQual-Agency“ позволява формирането на претеглена обща оценка на качеството на посредническите услуги, предлагани от агенциите за недвижими имоти. Тази оценка се базира на емпирични данни, събрани чрез допитвания (анкетни проучвания, чек-листи и др.) до реални клиенти – продавачи и/или купувачи. Качеството се измерва чрез набор от специфични критерии (измерения, индекси), чиято тежест се определя статистически. **Математическият израз на концептуалния модел за оценка на качеството на посредническите услуги е следният:**

$$(1) IQP_{PA} = IQP_{X_1} \cdot f_1 + IQP_{X_2} \cdot f_2 + \dots + IQP_{X_J} \cdot f_J = \sum_1^J IQP_{X_j} \cdot f_j ,$$

където:

- IQP_{PA} – интегрален (общ) индекс за възприетото качество на агенцията (*PropertyQual-Agency*);

- $IQP_{X_1}, IQP_{X_2}, \dots, IQP_{X_J}$ – интегрални индекси за възприетото качество по отделните критерии (измерения);

- j – индекс на критерий ($j = 1, 2, \dots, J$);

- J – общ брой критерии;

- f_1, f_2, \dots, f_j – тегловни коефициенти, отразяващи относителната значимост на съответните критерии.

Ключово предимство на така дефинирания модел е подходът при определяне на тегловните коефициенти (f_1, f_2, \dots, f_j). За разлика от традиционни подходи, които залагат на субективни експертни оценки или приемат предварителна равнопоставеност на критериите, тук теглата

²¹ Baharum, Z. A., & Pitt, M. (2009). Development of a service quality framework for property management. *Journal of Facilities Management*, 7(4), pp. 264–274.

се извеждат емпирично въз основа на самите първични данни. Прилагането на съответния статистически инструментариум (като множествен регресионен анализ) гарантира, че относителната значимост на всяко измерение отразява реалната тежест, която самите клиенти (потребители) му придават при формиране на цялостната си оценка за качеството. Този подход минимизира изследователските отклонения и поставя фокуса изцяло върху мнението на клиента. Освен това моделът представлява отворена система. Броят на изследваните измерения (критерии) може да варира, което придава на методиката висока степен на гъвкавост и адаптивност. Системата от измерения може да бъде прецизирана, допълвана или редуцирана в зависимост от спецификата на конкретния пазарен сегмент, мащаба на изследваната агенция за недвижими имоти или настъпващи промени в потребителските нагласи (като например нарастващото влияние на дигиталната среда при търсенето на имоти).

В практически и управленски план изчисляването на интегралния индекс IQP_{PA} предоставя на мениджърските екипи надежден количествен инструмент за диагностика на текущото състояние на обслужването. Декомпозирането на общата оценка на нейните съставни части IQP_{X_j} дава възможност на ръководството да идентифицира прецизно кои аспекти от посредническата услуга генерират най-висока добавена стойност за клиента и кои представляват критични зони, изискващи своевременни мерки за подобрене. Същевременно този подход позволява проследяване на динамиката на предоставяното качество във времето посредством периодично повтаряне на измерванията и анализ на възникващите тенденции. Освен това моделът служи като солидна база за оценяване на пазарното позициониране на конкретната агенция спрямо конкуренцията при наличие на съпоставими данни за други организации от сектора.

По този начин моделът „*PropertyQual-Agency*“ изпълнява двойна функция, като служи едновременно за диагностичен и за управленски инструмент. В качеството си на диагностично средство той подпомага идентифицирането на силните и слабите страни в обслужването, докато управленският му аспект осигурява информационната база, необходима за целесъобразното разпределение на инвестициите и формулиране на

целенасочени стратегии за повишаване на клиентската лоялност.

В резултат на проведеня теоретичен анализ в първа глава могат да се формулират следните основни изводи:

Първо, анализирани са авторови мнения за понятията „услуга“, „качество“ и „качество на услугите“, като е проследена еволюцията от статични, резултатно ориентирани дефиниции към динамични, многоизмерни и релационни интерпретации. Изведено е авторско работно определение за качеството на услугите като динамичен процес на съвместно създаване на стойност.

Второ, факторите на качеството в агенциите за недвижими имоти са систематизирани в три групи – вътрешноорганизационни, процесни и външни. Установено е, че качеството е стратегически управляем процес, който изисква комплексен и системен подход, обединяващ вътрешни ресурси, ефективни процеси и пазарна адаптивност.

Трето, еволюцията на моделите за оценка на качеството показва преход от концептуално описание (Lehtinen & Lehtinen, Grönroos) към структурирани измервателни рамки (GAPS, SERVQUAL, SERVPERF, Brady & Cronin, E-S-QUAL). Моделът SERVQUAL е оценен като най-подходящата диагностична рамка, но практическото му приложение изисква секторна адаптация.

Четвърто, разработен е авторски концептуален модел „PropertyQual-Agency“, който интегрира утвърдените универсални модели със секторно ориентиран инструментариум, отчитащ спецификите на посредническата дейност и българската институционална среда. Моделът изпълнява двойна функция – диагностична и управленска – и представлява отворена система с висока гъвкавост и адаптивност.

Пето, липсата на консенсус относно измерителите на качеството обуславя съществуването на множество модели и обосновава необходимостта от емпирична верификация на концептуалния модел PropertyQual-Agency чрез анкетно проучване сред реални клиенти на агенциите за недвижими имоти в България, което е предмет на изследване във втора и трета глава на дисертационния труд.

ГЛАВА ВТОРА

АНАЛИЗ НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ В БЪЛГАРИЯ

Глава втора на дисертационния труд е посветена на анализ на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България. Тя обхваща три параграфа, които последователно изграждат аналитичната рамка на изследването: оценка на състоянието на пазара на жилищни недвижими имоти, анализ на практиките при предоставяне на услуги от агенции за недвижими имоти в България и специфика и добри практики при посредническите услуги от агенции за недвижими имоти във водещи страни от ЕС и света. Логиката на изложението следва принципа „от общото към частното“ – от макроикономическата среда, през вътрешния анализ на българските практики, до международния бенчмаркинг.

В първия параграф на глава втора се представя систематичен анализ на състоянието и развитието на пазара на жилищни недвижими имоти в България за периода 2015 – 2025 г. Изследването се основава на официални статистически данни от Националния статистически институт (НСИ), Евростат, Българската народна банка (БНБ) и Агенцията по вписванията. Изборът на този десетгодишен период е обусловен от необходимостта да се обхванат няколко пълни пазарни цикъла, включително периода на устойчив растеж (2015 – 2019 г.), шока от пандемията COVID-19 (2020 – 2021 г.), последващото възстановяване и новия цикъл на ускорен растеж (2022 – 2025 г.).

Анализът на пазара на недвижими имоти е от съществено значение за оценката на качеството на посредническите услуги, тъй като пазарната динамика пряко влияе върху: обема и структурата на посредническата дейност; изискванията на клиентите към професионалната компетентност на брокерите; конкурентната среда в сектора; необходимостта от специализирани знания и умения. Динамичният и скъп пазар увеличава финансовия риск за потребителя, което повишава изискванията към качеството на посредническите услуги.

Индексът на цените на жилищата (ИЦЖ) е основният макроикономически показател, изчисляван на всяко тримесечие съгласно хармонизираната европейска методология (Регламент (ЕС) № 93/2013). Анализът показва устойчива възходяща тенденция с три фази: умерен

ръст (2015 – 2019 г., 5 – 9% годишно), краткотраен шок от COVID-19 (2020, + 5.8%) и безпрецедентно ускоряване (2021 – 2025 г., двуцифрени темпове). Към 2025 г. ИЦЖ достига 246.7 пункта (при база 2015=100), което означава кумулативен ръст от 156%. Реалният ИЦЖ (коригиран с ИПЦ) достига 161.9 пункта – реално поскъпване с над 60% (вж. табл. 1).

Таблица 1

Динамика на индекса на цените на жилищата в България (2015–2025 г.)

Година	ИЦЖ (2015=100)	Год. Промяна (%)	ИПЦ (2015=100)	Реален ИЦЖ
2015	100.0	–	100.0	100.0
2016	107.5	7.5	98.7	108.9
2017	116.8	8.6	100.1	116.7
2018	123.5	5.7	103.0	119.9
2019	130.2	5.4	106.1	122.7
2020	137.8	5.8	107.3	128.4
2021	152.4	10.6	112.8	135.1
2022	175.3	15.0	130.4	134.5
2023	186.7	6.5	142.3	131.2
2024	217.5	16.5	145.8	149.2
2025*	246.7	13.4	152.4	161.9

Източник: НСИ, Статистика на цените на жилища.

* Данни за първите три тримесечия на 2025 г.

В европейски контекст българският пазар се нарежда сред най-динамичните в ЕС. За периода 2015 – 2025 г. България е на трето място по кумулативен ръст на цените (+156%), след Унгария (+275%) и Португалия (+169%). За сравнение, средният ръст за ЕС-27 е 63.6%, а Финландия е единствената държава с отрицателна динамика (–2%).

Регионалният анализ разкрива значителна поляризация. София демонстрира най-силен ценови ръст (ИЦЖ = 281.9, +182%), следвана от Варна (+148%), Пловдив (+139%), Бургас (+127%), Русе (+112%) и Стара Загора (+96%). Столицата концентрира над 40% от пазарната активност.

Пазарната активност показва възходяща тенденция – броят на сделките нараства с 30% в първото полугодие на 2025 г. Стойността на сделките системно изпреварва ръста на техния брой, което означава увеличаване на средната цена на транзакция. Въведените в експлоатация жилища нарастват близо три пъти за периода, достигайки над 24 000 годишно. Достъпността на жилищата се подобрява – броят средни

заплати за закупуване на 1 кв.м намалява от 2.28 (2015 г.) до 1.91 (2025 г.). Лихвените проценти по жилищните кредити остават исторически ниски (около 2.5%), а обемът на ипотечните кредити нараства седемкратно за периода.

Иконометричният анализ, проведен в дисертацията, потвърждава, че най-силно влияние върху цените на жилищата оказва динамиката на доходите на населението, следвана от обема на ипотечното кредитиране. Лихвените проценти имат отрицателен ефект – намалението им стимулира търсенето и води до ускоряване на ценовия ръст.

На база на анализа, представен в първия параграф на глава втора, могат да се формулират следните *обобщени изводи*:

1. Наблюдава се устойчив ценови ръст – кумулативно увеличение от 156% за десетгодишния период, трето място в ЕС. Този ръст създава значителен финансов стрес за купувачите и повишава изискванията към качеството на посредническите услуги.

2. Отчита се регионална поляризация – София концентрира над 40% от пазарната активност и демонстрира най-силен ценови ръст (+182%). Тази поляризация налага регионална адаптация на посредническите стратегии.

3. Проявява се висока пазарна активност – ръст от 30% на сделките през 2025 г., нарастваща средна цена на трансакция и комисионни приходи.

4. Разкрита е тенденция на съществено нарастване на новото строителство – близо три пъти за периода, създаващо специфичен пазарен сегмент за продажби на зелено.

5. Прави впечатление подобрената достъпност, обусловена от ръста на доходите – от 2.28 до 1.91 средни заплати за 1 кв.м.

6. Съществува благоприятна кредитна среда – исторически ниски лихви (2.5%) и седемкратен ръст на ипотечните кредити, увеличаващ комплексността на трансакциите.

Във втория параграф на глава втора се изследват настоящите практики – добри и недобросъвестни – при предоставяне на посреднически услуги от АНИ в България. Анализът се основава на данни от браншовите организации (НСНИ, АРБИ, НСБИ), законодателни инициативи, регулаторни доклади и проведеното авторско анкетно проучване (2024 – 2026 г.).

Установено е, че България остава една от малкото европейски държави без специализиран закон за брокерската професия. Дейността се извършва по общи правила на Търговския закон и Закона за задълженията и договорите. Само около 10% от агенциите са членове на браншови организации²² и приемат доброволни стандарти за поведение. Тази нерегулирана среда създава условия за разпространение на недобросъвестни практики, които засягат значителна част от клиентите.

Практиката на публикуване на фалшиви обяви е идентифицирана като един от най-сериозните системни проблеми от всички браншови организации. Тя включва публикуване на несъществуващи имоти или с неверни характеристики с цел привличане на клиенти. Двойните комисиони – събиране едновременно от купувач и продавач без ясно разкриване – представляват конфликт на интереси с висока честота в българския контекст (вж. табл. 2).

Таблица 2

Систематизация на недобросъвестни практики в АНИ

Проблемна практика	Описание	Дял от клиентите
Скрити такси и комисиони	Допълнителни такси извън договорената комисиона	40 – 43%
Фалшиви обяви	Несъществуващи имоти или неверни характеристики	38 – 45%
Конфликт на интереси	Представяне на двете страни без разкриване	35 – 38%
Двойно представителство	Едновременно представяне на купувач и продавач	35 – 38%
Липса на договор	Работа без писмено оформени отношения	31 – 35%
Натиск за бързо решение	Създаване на изкуствена спешност	26 – 30%

Източник: Собствено на автора анкетно проучване (2024 – 2026 г.), данни от НСНИ, АРБИ, НСБИ.

Наред с проблемите, водещите агенции прилагат добри практики – етичен кодекс, писмени договори, професионална застраховка, системно обучение, инвестиции в CRM системи. Тези практики обаче остават ограничени до членовете на браншови организации.

Анализирани са законодателните инициативи от 2022 – 2025 г.

²² По данни от НСНИ, АРБИ и НСБИ.

Начални опити през 2022 – 2023 г. и последващите законодателни инициативи през 2024 – 2025 г. показват засилен интерес към регулиране на бранша с внесени проектозаконали от различни политически партии. Констатиран е консенсус между всички заинтересовани страни (НСНИ, АРБИ, НСБИ, политически партии) за създаването на публичен регистър на брокерите като минимална мярка за повишаване на прозрачността и защита на потребителите.

Въз основа на проведеня анализ на практиките при предоставяне на услуги от агенциите за недвижими имоти в България можем да формулираме следните основни изводи:

1. Липсата на регулация в бранша – България остава една от малкото европейски държави без специализиран закон за брокерската професия. Само около 10% от агенциите са членове на браншови организации и приемат доброволни стандарти за поведение. Това създава условия за разпространение на недобросъвестни практики.

2. Продължаващо разпространение на недобросъвестни практики в сектора – данни от регулярните проучвания на сдруженията в сектора от последните години показва, че значителна част от клиентите са се сблъскали с проблеми – фалшиви обяви (38 – 45%), скрити такси (40 – 43%), конфликт на интереси (35 – 38%), липса на договор (31 – 35%).

3. Продължаваща практика за публикуване на фалшиви обяви, като системен проблем в сектора – практиката на публикуване на несъществуващи или подвеждащи обяви е идентифицирана като един от най-сериозните проблеми от всички браншови организации и е една от основните цели на предлаганите регулации.

4. Саморегулацията в бранша като част от добрите практики в сектора – въпреки проблемите, водещите агенции прилагат професионални стандарти – етичен кодекс, писмени договори, професионална застраховка, системно обучение. Тези практики обаче остават ограничени до членовете на браншови организации.

5. Активизиране на законодателната дейност в последните години – начални опити през 2022 – 2023 г. и последващите законодателни инициативи през 2024 – 2025 г. показват засилен интерес към регулиране на бранша с внесени проектозаконали от различни политически партии и браншови организации. Това създава предпоставки за промяна на регулаторната среда в близко бъдеще.

6. Консенсус за необходимост от регистър между всички заинтересовани страни (НСНИ, АРБИ, НСБИ, политически партии), за създаването на публичен регистър на брокерите като минимална мярка за повишаване на прозрачността и защита на потребителите.

7. Необходимост от намиране на системен подход за справяне с проблемите в сектора, които не могат да бъдат преодолени чрез изолирани мерки. Изисква се интегриран подход, включващ нормативна регулация, образователен ценз, метод за оценка на качеството в агенциите, механизми за дисциплинарна отговорност и защита на потребителите.

В третия параграф на глава втора се представя обобщен сравнителен анализ на добрите практики при предоставяне на посреднически услуги в: Сингапур, Швеция, Норвегия, Дания, Финландия, Австралия, Франция, Германия, Великобритания, САЩ и Белгия. Изборът на тези държави е на база: (1) наличие на развита регулаторна рамка; (2) доказана ефективност на системите за защита на потребителите; (3) географско и правно разнообразие; (4) наличие на иновативни практики, приложими в българския контекст.

Идентифицирани са четири основни регулаторни модела: строго регулиран модел (Швеция, Белгия, Франция, Сингапур) с централизиран държавен регулатор и пълни правомощия; лицензионен модел със силна саморегулация (САЩ, Австралия); хибридна регулация (Великобритания, Германия) със съчетание на държавен надзор и делегирани функции; и слабо регулирани пазари (България, Испания, Полша).

Специално внимание е отделено на скандинавския модел. Швеция поставя най-високите образователни изисквания в света – от 2 до 3 години университетско образование по имотно право, икономика и строителни технологии. Шведска инспекция по недвижимите посредници (Fastighetsmäklarinspektionen – FMI) поддържа регистър на 7 605 брокери и издава над 160 дисциплинарни решения годишно. Уникална характеристика е принципът на безпристрастния посредник – брокерът е съветник на двете страни, с изключение на ценовия въпрос. Жалбите достигнат почти 1 000 през 2024 г., а докладите за мерките срещу изпирането на пари (Anti-Money Laundering – AML) нарасват от 38 (2023 г.) на 92 (2024 г.).

Норвегия прилага модел чрез финансовия надзор (Finanstilsynet). Членовете на Норвежка асоциация на агенциите за недвижими имоти (Eiendom Norge) представляват 98% от всички жилищни сделки – 126 237 транзакции (2023 г.) на стойност 540 млрд. NOK. Според ОИСП, Норвегия има едни от най-ниските транзакционни разходи в Европа. Комисия за разглеждане на жалби при посредническите услуги с недвижими имоти (Reklamasjonsnemnda) е приела 277 жалби (2024 г.), от които 81 (30%) в полза на жалбоподателя.

Дания предлага уникалното право на отказ (fortrydelsesret) – купувачът може да се откаже от сделката срещу компенсация от 1% от покупната цена в рамките на 6 работни дни. Великобритания демонстрира ефективна система за обезщетяване и извънсъдебно разрешаване на спорове (ТРО) с над 73 000 годишни запитвания (2024 г.) и 38 880 членове. Национална асоциация на брокерите на недвижими имоти (NAR) на САЩ обединява над 1.5 милиона брокери с етичен кодекс от 1913 г. Анализирани са и нордическата PropTech екосистема с Nordic PropTech Awards (вж. табл. 3).

Таблица 3

Систематизация на добрите практики в АНИ в ЕС и света

Категория	Добра практика	Държави, в които се прилага
Лицензиране	Задължителен лицензионен режим	Франция, Белгия, Сингапур, Австралия
Образование	Минимум 120 ECTS или специализирано висше образование	Швеция, Германия, Белгия
CPD обучение	Задължително продължаващо обучение (6–20 ч/год.)	Франция (14ч), Германия (20ч/3г), Сингапур (6ч)
Публичен регистър	Онлайн достъп до статус и история на брокери	Швеция (FMI), Сингапур (CEA@SG)
Омбудсман	Независим орган за извънсъдебно разрешаване на спорове	Великобритания (ТРО), Норвегия
Етичен кодекс	Детайлни правила с механизми за санкциониране	САЩ (NAR – 17 члена), Сингапур
Застраховка	Задължителна професионална отговорност	Франция, Белгия, Сингапур
Escrow сметки	Депозити на клиенти в защитени сметки	Норвегия (Klientkonto), Белгия
Прозрачност	Задължително разкриване на material information	Великобритания (DMCCA 2024), САЩ

Източник: Систематизирано от автора на база CEPI (2022 – 2024 г.), национални регулаторни органи.

Въз основа на извършения в параграф трети на глава втора сравнителен анализ на водещите международни практики за регулация на пазара на недвижими имоти, могат да бъдат систематизирани следните *основни изводи*:

1. Регулацията е норма, а не изключение – всички водещи юрисдикции имат някаква форма на регулация. България с индекс 4.3 остава изключение. Приемането на специален закон е от критична важност.

2. Публичният регистър е минимален стандарт – сингапурският CEA@SG и шведският FMI регистър осигуряват прозрачност и проследимост.

3. Продължаващо професионално обучение (CPD) е инструмент за поддържане на качеството – от 6 ч/год. (Сингапур) до 20 ч/2 год. (Белгия).

4. Независимият омбудсман повишава доверието – ТРО (Великобритания) с над 73 000 годишни запитвания.

5. Строгата регулация не увеличава непременно транзакционните разходи – Норвегия и Нидерландия са доказателство.

6. Етичният кодекс е необходим, но без механизми за санкциониране е недостатъчен – FMI (Швеция) с 114 отнети регистрации от 2017 г.

7. Технологични решения за пазара на недвижими имоти (PropTech – иновациит) подобряват прозрачността, но 80% от продажбите в Скандинавия остават чрез лицензирани офиси.

8. Интегрираният подход е ключов – хибриден модел, съчетаващ елементи от различни системи.

9. Скандинавският модел е най-релевантният за адаптация – доверителни (escrow) сметки (Норвегия), дисциплинарен комитет (Швеция), право на отказ (Дания).

ГЛАВА ТРЕТА

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ В АГЕНЦИИТЕ ЗА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ

Глава трета на дисертационния труд е фокусирана върху практико-приложните аспекти на изследването. Тя обхваща три параграфа: методика за оценка на качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти в България, приоритетни направления за подобряване на качеството и иновативни практики за развитие на клиентското

обслужване. Логиката на изложението следва принципа „от емпиричен анализ към приложни решения“ – от емпиричната верификация на модела, през идентифициране на приоритети, до конкретни иновативни решения.

В първия параграф на глава трета се представя разработената авторска методика за оценка на качеството на услугите в АНИ, базирана на модела PropertyQual-Agency. Методиката включва 12-стъпков алгоритъм, формализиран чрез математически инструментариум. Тя се базира на модела „PropertyQual-Agency“ за извършването на претеглена, обща, средна оценка на основа на изразените в допитвания мнения на клиенти (продавач и/или купувач, които реално са ползвали услуги на АНИ) чрез измерването на шест критерия (измерения).

Интегралният индекс IQP_{PA} се изчислява съгласно математическия израз на концептуалния модел за оценка на качеството на посредническите услуги, представен в параграф 1.3. (вж. формула 1).

С цел емпирична верификация и статистическа валидация на предложения модел е приложен множествен линеен регресионен анализ със следната спецификация:

$$(2) \text{ Quality} = \beta_0 + \beta_{FD} \cdot IQP_{FD} + \beta_{IK} \cdot IQP_{IK} + \beta_{OP} \cdot IQP_{OP} + \beta_{PK} \cdot IQP_{PK} + \beta_{OE} \cdot IQP_{OE} + \beta_{PO} \cdot IQP_{PO} + \varepsilon,$$

където:

- *Quality* – *зависима променлива* обозначаваща цялостната (интегрална) оценка за качеството на услугата;

- *IQP_{FD} , IQP_{IK} , IQP_{OP} , IQP_{PK} , IQP_{OE} , IQP_{PO}* – *независими променливи*, представляващи шестте индекса по отделните критерии за оценка на възприетото качество на услугата;

- *β_{FD} , β_{IK} , β_{OP} , β_{PK} , β_{OE} , β_{PO}* – *регресионни коефициенти (тегла)*, показващи силата на влияние на всеки отделен критерий върху общото качество;

- *β_0* – *свободен член (константа)*;

- *ε* – *случайна грешка (остатък)*, отчитаща влиянието на всички останали фактори върху качеството, които не са изрично включени в модела.

За емпирична проверка е проведено анкетно проучване сред клиенти, ползвали услугите на агенциите за недвижими имоти в България (2024 – 2026 г.), чрез стандартизирана онлайн анкета (Google Forms),

разпространена чрез социални мрежи, имейли, професионални контакти и директни покани. Инструментът включва 30 твърдения, измерващи 6 измерения на възприетото качество, 5 твърдения за удовлетвореност и поведенчески намерения, както и демографски характеристики. Използвана е 7-степенна скала на Ликърт (от 1 – „Напълно не съм съгласен“ до 7 – „Напълно съм съгласен“) – вж. табл. 4.

Таблица 4

Шестте измерения на модела PropertyQual-Agency

Код	Измерение	Съдържание	Индикатори
Б1	Материална среда и дигитално присъствие	Офис, техника, уебсайт, онлайн присъствие	5
Б2	Прозрачност и информираност	Точност на информация, разкриване на условия, такси	5
Б3	Процесна надеждност	Изпълнение на ангажименти, срокове, документи	5
Б4	Професионална компетентност	Пазарни познания, правни въпроси, консултиране	5
Б5	Емпатия и персонализация	Индивидуален подход, внимание, гъвкавост	5
Б6	Следпродажбена подкрепа и лоялност	Комуникация след сделка, съдействие, обратна връзка	5

Източник: Собствен на автора на базата на модела PropertyQual-Agency.

Надеждността на инструмента е потвърдена чрез коефициента на Cronbach's Alpha: всички измерения надхвърлят 0.90, а общата надеждност е 0.985. Това потвърждава вътрешната консистентност (свързаност) на скалите и позволява преминаване към анализ на резултатите.

Общото възприето качество на посредническите услуги е умерено високо ($M = 5.64$ по 7-степенна скала), но GAP анализът идентифицира значителни различия между очакванията и възприятията по отделните измерения.

Професионалната компетентност (Б4) показва най-голям GAP = 1.70 – четири от петте най-ниско оценени индикатора принадлежат на това измерение, като най-нисък резултат има информирането за варианти и рискове (M = 5.17). Следпродажбената подкрепа (Б6) има GAP = 1.55. Това потвърждава необходимостта от задължително професионално обучение и сертифициране.

Множественият регресионен анализ разкрива, че Следпродажбената подкрепа (Б6) е най-силният определящ фактор на удовлетвореността (B = 0.477, p < 0.001), следвана от Процесната надеждност (Б3: B = 0.215) и Професионалната компетентност (Б4: B = 0.178).

Връзката между удовлетвореността и поведенческите намерения е изключително силна ($R^2 = 0.945$), което потвърждава, че удовлетворените клиенти са основен източник на повторни сделки и препоръки. Инвестицията в качество има пряк възвратен ефект върху бизнес резултатите на агенциите.

Резултатите от емпиричното тестване и верификацията на предложената методика PropertyQual-Agency дават основание за формулирането на следните ключови изводи, които служат като аналитична база за дефиниране на приоритетните направления в следващия параграф:

1. Методиката PropertyQual-Agency демонстрира висока надеждност (Cronbach's Alpha = 0.985) и валидност за измерване на качеството на посредническите услуги в агенциите за недвижими имоти.

2. Общото възприето качество е умерено високо (M = 5.64/7), но има значителни резерви за подобрене.

3. Най-критичен дефицит е в правните познания и консултантската роля на брокерите (Б4: GAP = 1.70).

4. Следпродажбената подкрепа (Б6) е най-силният определящ фактор на удовлетвореността (B = 0.477, p < 0.001) – област, в която много агенции не инвестират достатъчно.

5. Установена е изключително силна връзка по оста „удовлетвореност – поведенчески намерения“ ($R^2 = 0.945$), което потвърждава прякото позитивно отражение на качеството върху бизнес резултатите на агенцията.

Във втория параграф на глава трета се формулират приоритетните направления за подобряване на качеството на услугите, основани на

емпиричните резултати и международния опит. Анализът обхваща три равнища на въздействие: макрониво (регулаторна рамка), мезониво (браншова и образователна среда) и микрониво (фирмено управление).

На макрониво е обоснована необходимостта от приемане на специален Закон за посредническите услуги при сделки с недвижими имоти, включващ ясни дефиниции, образователен ценз, национален публичен регистър, задължителна застраховка и механизми за надзор и санкции. Европейският стандарт EN 15733:2010 предоставя готова рамка за минимални изисквания, която може да бъде имплементирана в българското законодателство.

Теоретичната обосновка на връзката между образование и качество се базира на теорията за човешкия капитал, според която инвестициите в образование повишават производителността и качеството на труда. Образованието формира компетенции в три измерения, адаптирани към когнитивно (знания), операционално (умения) и афективно (нагласи и етика).

Анкетното проучване предоставя емпирична подкрепа – над 70% от потребителите подкрепят въвеждането на задължително образование и подготовка в сферата на сделките с недвижими имоти.

На микрониво (фирмено управление) са дефинирани пет ключови управленски направления: (1) Подбор и профил на компетентности; (2) Въвеждащо и продължаващо професионално обучение (CPD); (3) Стандартни оперативни процедури (SOP) за критичните етапи от сделката; (4) Етичен кодекс и дисциплинарни механизми; (5) Измерване на качеството и обратна връзка чрез инструменти като PropertyQual-Agency.

Системното измерване на качеството е обосновано чрез ключови показатели за изпълнение (KPI) показатели: NPS (Нетен резултат на препоръчителите), индекс на удовлетвореност, средно време за реакция, брой оплаквания. Международният опит (Франция, Швеция, Германия) потвърждава ефективността на триадата: от образование, регистър и продължаващо професионално развитие (CPD).

На база на анализа, представен в втория параграф на глава трета, могат да се формулират следните **обобщени изводи**:

1. Образователният ценз е необходимо, но недостатъчно условие за постигане на качество на услугата – ефектът му е максимален при

съчетаване с регистрация, надзор и продължаващо професионално обучение (CPD).

2. Налице е социална легитимност на мерките за професионализация – над 70% от потребителите подкрепят въвеждането на образователни изисквания.

3. Управленските решения на фирмено ниво (подбор, обучение, SOP, етика, измерване) са критични за превръщане на компетентността в качествена услуга.

4. Липсата на специален закон, публичен регистър и задължителна застраховка благоприятства навлизането на некомпетентни и нелоялни участници.

5. Европейският стандарт за изисквания към предоставянето на услуги на агенти по недвижими имоти EN 15733:2010 предоставя готова рамка за минимални изисквания, приложима в българското законодателство.

6. Системното измерване чрез ключови показатели за ефективност (NPS, удовлетвореност, срокове, оплаквания) е условие за непрекъснато подобрене на качеството.

Като логическо продължение на направените констатации, за практическото подобряване на пазарната среда и клиентското обслужване се отправят следните **препоръки**:

Препоръка 1 (към законодателя): Приемане на специален закон за посредническите услуги при сделки с недвижими имоти.

Препоръка 2 (към регулаторните органи): Въвеждане на европейския стандарт БДС EN 15733:2010 като минимално изискване за качество.

Препоръка 3 (към професионалните организации): Утвърждаване на продължаващо професионално обучение (CPD) чрез програми с хорариум от минимум 40 – 60 часа за тригодишен период.

Препоръка 4 (към агенциите за недвижими имоти): Внедряване на вътрешнофирмени системи за управление на качеството.

Препоръка 5 (към висшите училища): Разработване на специализирани образователни програми в областта на недвижимите имоти.

В третия параграф на глава трета се представят иновативни практики и технологични решения за развитие на клиентското обслужване в агенции за недвижими имоти. Анализирани са четири ключови направления: (1) многоканално събиране на обратна връзка; (2)

автоматично откриване на проблеми в обслужването чрез AI и машинно обучение; (3) прогнозен анализ за клиентско поведение; (4) интеграция с CRM и други бизнес процеси.

Показателят „Нетен резултат на препоръчителите“ (Net Promoter Score – NPS) е представен като ключов инструмент за оценка на клиентската лоялност, изчисляван по формулата:

$$(4) \quad NPS(\%) = \frac{\text{Препоръчителите} - \text{Критици}}{\text{Общ брой анкетиращи}} * 100.$$

В нея „препоръчителите“ са клиентите, дали оценка 9 или 10 по скала от 0 до 10, „критици“ – тези с оценка от 0 до 6, а останалите (с оценка 7 или 8) се класифицират като „пасивни“. NPS стойности над 50 се считат за отлични, а над 70 – за световна класа. В дисертацията е направен анализ на типичните NPS стойности в различни сектори за сравнение.

Адаптиран е алгоритъм на процеса на прогнозен анализ за клиентско поведение, за специфичните нужди на агенциите за недвижими имоти и динамиката на жилищния пазар. Предложеният алгоритъм включва следните седем основни етапа:

Етап 1: Събиране на данни. Процесът стартира с обобщаване на информация от различни контактни канали – CRM системи на агенцията, запитвания от имотни портали, история на проведените огледи, имейл кореспонденция, социални мрежи, както и директна клиентска обратна връзка след среща с брокер. Това осигурява необходимата първична база за анализите, включваща критични параметри като бюджет, предпочитани микрорайони, тип строителство и етап на завършеност.

Етап 2: Обработка и интеграция. Събраните масиви подлежат на прецизно почистване и стандартизация на имотните характеристики (например, уеднаквяване на реална спрямо обща квадратура, степен на завършеност като Акт 14, Акт 15, Акт 16). Целта е разпръснатата информация да се обедини в единна интегрирана база данни, гарантираща качество, непротиворечивост и елиминиране на дублирани профили (например, когато един клиент е едновременно продавач и купувач на ново жилище).

Етап 3: Анализ и моделиране. Върху подготвените данни се извършва задълбочена сегментация на клиентите (например, търсещи „първи дом“, инвеститори за доходност, семейства, нуждаещи се от по-

голяма площ) и се прилагат прогнозни модели, които да идентифицират скрити закономерности в търсенето и ценовата чувствителност към определени локации.

Етап 4: Прогнозиране и сценарии. Въз основа на изградените модели се генерират конкретни прогнози и се разработват вероятностни сценарии за бъдещото поведение на клиентите (например, готовност за подписване на ексклузивен договор за продажба, вероятност за одобрение за ипотечен кредит или прогнозиране на оптималния времеви прозорец за реализация на даден имот).

Етап 5: Визуализация и мониторинг. Резултатите се проследяват в реално време чрез визуални табла (отразяващи фунията на продажбите – от първи контакт до капаро/предварителен договор) и автоматизирани системи за известяване (alerts), което позволява бърза реакция на брокерите при поява на нов имот, отговарящ на критериите на клиент с висока готовност за покупка, или при корекция в цената на наблюдавана оферта.

Етап 6: Действие и персонализация. Аналитичните изводи се трансформират в конкретни управленски решения. Осъществява се тясно насочена комуникация и се предоставят силно персонализирани имотни препоръки (включително ексклузивни оферти преди публичното им обявяване, отговарящи на индивидуалния профил на клиента – например акцент върху възвръщаемостта на инвестицията (ROI) за инвеститори или близостта до училища за семейства).

Етап 7: Обучение и оптимизация. Цикълът завършва с непрекъснатата актуализация на аналитичните модели на базата на реално реализирани сделки (цени на изповядване спрямо офертни цени) и анализ на пропаднали и нереализирани огледи. Това подобрява цялостните бизнес стратегии, увеличава процента на успешните сделки и осигурява устойчиво развитие на качеството на посредническата услуга.

Следователно, ефективното управление на клиентското поведение чрез прогнозен анализ изисква системен подход, при който събирането, обработката и моделирането на данни са пряко обвързани с конкретни действия на брокерите и последваща оптимизация, осигурявайки непрекъснато надграждане на клиентската удовлетвореност и генериране на дългосрочно доверие и препоръки.

Подробно е анализирана ролята на **CRM системите и изкуствения**

интелект в модерното имотно посредничество. AI чатботовете, персонализираните съобщения и автоматизацията на комуникациите освобождават време на брокерите за high-value дейности. Изграждането и дигиталното управление на детайлен клиентски профил чрез съвременни CRM системи и изкуствен интелект е определящ фактор за модерното имотно посредничество, тъй като позволява дълбоко персонализиране на услугата, прецизно таргетиране на офертите и максимизиране на удовлетвореността.

Внедряването на технологии за автоматично откриване на проблеми в клиентското обслужване съществено повишава ефективността на управлението на качеството. Чрез използването на алгоритми за анализ на текст, машинно обучение и интегрирани платформи за управление на клиентския опит (Medallia, Qualtrics, Survicate) организацията получават възможност своевременно да идентифицират проблемите, да предприемат адекватни коригиращи действия и да повишават устойчиво нивото на клиентска удовлетвореност.

Въз основа на разгледаните **иновативни практики и ролята на дигиталните технологии за развитие на клиентското обслужване**, могат да бъдат систематизирани следните *обобщаващи изводи*:

1. Многоканалното събиране на обратна връзка (имейл, SMS, in-app, Google Reviews, социални медии) е основа за управление на качеството в съвременните АНИ.

2. Технологиите на изкуствения интелект (AI) позволяват автоматично идентифициране на проблеми в обслужването на ранен етап, преди те да доведат до загуба на клиенти.

3. Прогнозният анализ на клиентското поведение персонализира препоръките и оптимизира маркетинговите кампании, повишавайки ROI.

4. Интеграцията CRM – обратна връзка – прогнозен анализ създава цялостен клиентски профил, позволяващ стратегическо планиране и подобряване на процесите.

5. Прилагането на формулираните препоръки цели не само повишаване на възприетото качество, но и оптимизиране на оперативната ефективност на българските АНИ, привеждайки дейността им в съответствие с водещите международни стандарти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящият дисертационен труд изследва качеството на услугите в агенциите за недвижими имоти, като акцентът е поставен върху неговата същност, факторите на влияние, методите за оценка и възможностите за усъвършенстване в контекста на съвременната икономическа среда. Проведеният теоретичен, методологичен и емпиричен анализ позволява формулирането на обобщени изводи:

1. В теоретичен план се установи, че секторът на услугите заема доминиращо място в съвременната икономика, което обуславя необходимостта от задълбочено изследване на качеството на услугите като ключов фактор за конкурентоспособност. Анализът на понятието „услуга“ показва неговия многопластов характер – като процес, резултат и съвкупност от взаимодействия, насочени към създаване на стойност за клиента. Характеристиките на услугите – нематериалност, едновременност на производство и потребление, хетерогенност, нетрайност и активно участие на клиента – обуславят спецификата на тяхното управление и оценка.

2. Понятието „качество“ еволюира от обективно измерима категория към субективно възприемана, динамична и релационна конструкция, с фокус към клиента. В този контекст качеството на услугите се разглежда като резултат от взаимодействието между очакванията и възприятията на потребителя, формирани в процеса на предоставяне на услугата. Това разбиране обосновава необходимостта от прилагане на специфични подходи и модели за измерване на качеството в сферата на услугите, различни от тези в материалното производство.

3. Изследването на пазара на недвижими имоти потвърди неговата висока степен на комплексност, динамичност и чувствителност към икономически, социални и институционални фактори. Специфичните характеристики на недвижимите имоти – висока стойност, пространствена фиксираност, хетерогенност и ниска ликвидност – създават условия за информационна асиметрия и повишен риск, което засилва значението на качеството на посредническите услуги. В този контекст агенциите за недвижими имоти изпълняват ключова роля като посредници, които намаляват несигурността и подпомагат вземането на информирани решения.

4. Анализът на факторите, влияещи върху качеството на услугите, позволи тяхното систематизиране в три основни групи – вътрешноорганизационни, процесни и външни. Вътрешноорганизационните фактори, като професионалната компетентност, управлението и дигитализацията, изграждат стратегическата основа на качеството. Процесните фактори – комуникация, бързина и координация – оказват пряко въздействие върху клиентското преживяване. Външните фактори, включително пазарната среда и институционалната рамка, формират очакванията и стандартите за оценка. Това структуриране потвърждава, че качеството на услугите представлява системен феномен, който изисква интегриран управленски подход.

5. Изследването доказва, че класическите модели за оценка на качеството (като GAPS и SERVQUAL) се нуждаят от специфична секторна адаптация, за да отговорят на съвременните реалности в имотното посредничество. Чрез разработения концептуален модел и дефинираното работно определение, качеството беше изведено като динамичен процес на съвместно създаване на стойност, при който професионалната компетентност и комуникацията играят ключова роля за минимизиране на разминаването между очаквания и възприятия.

6. В аналитичен и емпиричен план трудът очерта контекста на един динамичен и поляризиран пазар на недвижими имоти (анализиран за периода 2015 – 2025 г.), характеризиращ се с висок ценови ръст, кредитна експанзия и нарастващи изисквания от страна на потребителите. Приложената авторска методика за оценка (на базата на модела PropertyQual-Agency) демонстрира висока надеждност и валидност при измерване на клиентските нагласи. Резултатите от GAP анализа категорично идентифицираха най-острите дефицити в националната практика – липса на задълбочени правни познания, недобре развита консултантска роля на брокерите и системно подценяване на следпродажбената подкрепа, която се утвърждава като най-силният определящ фактор за клиентска лоялност и удовлетвореност.

7. Като отговор на установените дефицити, в труда е предложен интегриран управленско-регулаторен модел, който обхваща всички нива на въздействие:

- *На макрониво (регулаторна рамка):* Обоснована е острата необходимост от приемане на специален Закон за посредническите

услуги, създаване на публичен регистър и въвеждане на задължителен образователен ценз и застраховка, в синхрон с Европейския стандарт за изисквания към предоставянето на услуги на агенти по недвижими имоти EN 15733:2010.

- *На мезониво (бранишова и образователна среда)*: Изведена е нуждата от програми за продължаващо професионално обучение и специализирани университетски специалности.

- *На микрониво (фирмено управление)*: Формулирани са иновативни стратегии за самите агенции, включващи преход към консултантски модел на работа, внедряване на многоканални системи за обратна връзка, автоматизация на процесите чрез системи за управление на и използване на изкуствен интелект за прогнозен анализ на клиентското поведение.

Внедряването на предложените в дисертационния труд решения има потенциала не само да повиши възприетото качество на услугите и удовлетвореността на клиентите, но и да изсветли сектора, да минимизира риска от нелоялни практики и да утвърди професията на брокера като доверен, висококвалифициран и етичен консултант. Посредством синергията между строга нормативна рамка, високи образователни стандарти и иновативно фирмено управление може да се гарантира устойчивото развитие на пазара на недвижими имоти в България.

III. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

I. Научни и научно-теоретични приноси

1. Разработен е концептуален модел (PropertyQual-Agency) за оценка на възприетото качество на услугите в агенциите за недвижими имоти, който надгражда класическите подходи. В неразривна връзка с него е аргументирано авторско определение – качеството на услугите е динамичен, релационен и многоизмерен процес на съвместно създаване на стойност, при който чрез ефективна комуникация, персонализирано обслужване и висока професионална компетентност се минимизира разминаването между потребителските очаквания и реалните възприятия, осигурявайки устойчива добавена стойност за клиента.

2. Теоретично е обоснована и емпирично доказана тезата, че

качеството на посредническите услуги е функция от комплексното въздействие на нормативната регулация, професионалната компетентност на служителите и оперативните управленски практики на фирмено ниво.

3. Систематизирани и критично оценени са съществуващите теоретични подходи за класификация на услугите и измерване на тяхното качество, като е доказана необходимостта от преход от универсални към секторно-специфични измервателни рамки.

II. Практико-приложни приноси:

4. Създадена и емпирично валидирана е надеждна методика (с висока стойност на показателя за вътрешна съгласуваност – Cronbach's Alpha > 0.90) за количествено измерване на качеството на услугите. Чрез нейното прилагане са идентифицирани критичните дефицити (GAPs) на българския пазар на жилищни недвижими имоти – слабо застъпена правно-консултантска роля на брокерите и липса на следпродажбена подкрепа, която е изведена като определящ фактор на клиентската удовлетвореност.

5. Формулиран е интегриран управленско-регулаторен модел за развитие, включващ макростратегически препоръки (приемане на специален закон, имплементиране на стандарт EN 15733:2010 и задължително продължаващо обучение), съчетани с конкретни технологични иновации за внедряване на микрониво в агенциите за недвижими имоти (многоканална обратна връзка, AI за прогнозен анализ и CRM автоматизация).

6. Извършен е задълбочен диагностичен анализ на макроикономическата и секторната динамика на пазара на жилищни недвижими имоти в България (2015 – 2025 г.), въз основа на който са изведени ключовите тенденции (ценови ръст, регионална поляризация, кредитна експанзия), формиращи новите изисквания към компетентността на посредниците.

IV. ПУБЛИКАЦИИ ПО ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Статии

1. Николов, Я. (2025). Образователният ценз – необходимо условие за

повишаване качеството на предлаганите услуги от агенциите за недвижими имоти в бъдещия закон за посредническите услуги при сделките с недвижими имоти. *Недвижими имоти & Бизнес*, 9(4), с. 217-223.

Доклади

2. Николов, Я. (2015). Изисквания за длъжността „брокер“ и влиянието им върху предлаганите услуги от агенциите за недвижими имоти. *Строително предприемачество и недвижима собственост: Сборник с доклади от 30-та международна научно-практическа конференция*, Наука и икономика, с. 219-229.

3. Николов, Я. (2014). Удовлетвореност на потребителите от качеството на услугите, предлагани от агенциите за недвижими имоти в град Варна. *Строително предприемачество и недвижима собственост: Сборник с доклади от 29-та международна научно-практическа конференция*, Наука и икономика, с. 166-176.