

ЦЪРКОВНАТА ИКОНОМИКА: ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ И ЕМПИРИЧЕН АНАЛИЗ

Петкан Илиев*

Въведение

Религията, респективно църквата, винаги е била неотменима част от социално-икономическия живот на българското общество. През 21-ви век ролята на Църквата [1] не само че не е намаляла, напротив – тя засилва своето влияние като част от ключовите обществени институции. Историческите факти показват, че Църквата винаги е била нещо повече от религиозна институция. Тя е играла важна роля в икономическия, социалния, културния и политическия живот на българското общество.

Нещо повече, в контекста на евроинтеграцията, след като България стана член на ЕС на 1 януари 2007 г., значимостта на религиозната дейност, респ. църковната икономика и свързаните с нея проблеми, се засилват. "Гражданите на ЕС все по-ясно осъзнават, че тяхната интеграция не е само функция от икономически, правни и административни решения и мерки, но зависи и от поведението на религиозните институции, общности и техните лидери. Теорията за секуларизацията [2] е подложена на критика от редица изследователи. Петер Бергер говори за десекуларизация в световен план, а Герхард Робертс – за религията като "сила в Европа". Все по-осезаеми стават и различията в ценностните системи на отделните вероизповедания, а въпросът за влиянието им върху евроинтеграционните процеси все по-често присъства в дневния ред на международни форуми." (Калканджиева, 2007, с. 128).

В повечето конституции и национални законодателства терминът църква е заменен със синоними като "религиозни институции", "организации" и др. В повечето страни е запазена административната регистрация на новите религиозни общности, т.е. от орган на изпълнителната власт, а не от съдебната. Последното бе въведено в България със Закона за вероизповеданията от 2002 г. Друга особеност е категоризирането на религиозните общности на религиозни институции/организации и религиозни групи. Обикновено първите са със статут на юридически лица, докато вторите имат ограничени правомощия, предимно за богослужебната им дейност. Това важи почти за повечето бивши социалистически страни с преобладаващо православно население. В България няма подобно категоризиране на вероизповедания-

* Петкан Илиев е асистент в катедра „Икономика“ на УНСС, e-mail: petkaniliev@abv.bg

та, което, заедно със съдебната регистрация, доведе до рязък скок в броя на религиозните институции у нас от 31 на 95 за периода 2002-2007 г. [3] Към 30 октомври 2015 г. регистрираните вероизповедания вече са 145 на брой (<http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/51/ID/5476p>) [4].

Изучаването на икономическата теория и стопанската дейност на религиозните организации е от съществено значение за съвременната икономика на България, където православието и отчасти католицизмът, наред с мюсюлманското вероизповедание, играят важна роля в общественно-икономическия живот на страната. При това религиозната стопанска и социална дейност може да изпълнява ролята на съществена обединителна функция на различните конфесии [5], особено по отношение на благотворителността и милосърдието. На практика това би подкрепило реализацията на още една важна функция на конфесионалните стопанства – запазването на политическата стабилност в страната, особено в условията на финансово-икономическа криза.

Исходна парадигма

Стопанската дейност на религиозните организации, в частност на Българската православна църква, и икономическите им взаимоотношения с останалите стопански агенти (домакинства, фирми и държава), са слабо изследвани, но от научна гледна точка представляват една изключително интересна сфера на икономически отношения. В тази връзка те следва да бъдат анализирани, за да се разкрият определени закономерности и модели на тяхната социално-икономическа дейност, която е доста разнообразна като форми и проявление и зависи от много, в това число и неикономически фактори.

Особеният интерес към социално-икономическата дейност на религиозните организации до голяма степен се провокира и от двойствения им публичен статут, което на практика е неотстранимо противоречие, наложено от този статус. От една страна, Църквата е призвана да осъществява невидимата духовна връзка между хората, принадлежащи към една и съща религиозна общност, както и между вяващите и Абсолюта, а от друга – Църквата представлява една самостоятелна самоуправляваща се обществена организация, с изградена хоризонтална и вертикална йерархическа структура, явяваща се субект на правото, в т.ч. и правото на собственост, и, което е особено важно за нашето изследване, субект на социално-икономическите отношения.

В теоретико-емпиричния анализ ще се придържаме към мнението на д-р Д. Калканджиева (Калканджиева, 2007, с. 130), че трябва да се разграничават експертите по религия и теология. Първите разглеждат религията като социален [6] феномен, докато вторите акцентират върху учението и доктрините на отделните религии. Според д-р Д. Калканджиева "... в България ин-

тердисциплинарни изследвания в областта на религията, т.нар. *religious studies*, правят първите си крачки, а специалистите в тази област се броят на пръсти." (Калканджиева Д., 2007, с. 130).

Социално-икономическата дейност на Църквата е един от необходимите съставни елементи на обществения живот и развитие. В своята по-развита общественно-икономическа форма Църквата представлява своеобразна централизирана йерархическа система и като такава общественно-историческо образувание е една от най-важните социални институции, и в по-малка степен, стопански субект. Но именно това поражда предизвикателството да бъде изследвана и анализирана именно от позицията на равнопоставен участник в стопанския оборот.

Още през 1848 г. в Германия се появява движение за вътрешна църковна мисия. Дейността на тази мисия твърде много спомага за разрешаване на социалните проблеми в Германия. С това се дава и началото на християнската социология, около която се изгражда цялата социална и икономическа дейност на църквата в теоретико-практическо направление. Дейността на вътрешната църковна мисия се изразява в три насоки:

1. Апологетическа;
2. Християнска благотворителност;
3. Социална дейност на Църквата. (Василев Й, 2005)

Според нас, към тези три насоки трябва да прибавим и общественно-икономическата дейност, която включва стопанската дейност на църквата, нейните взаимоотношения с държавата (социално-осигурителни, данъчни отношения, субсидиране и пр.), с бизнеса (спонсорство и дарителство), с домакинствата (продажба на църковна литература, икони, извършване на църковни услуги) и др. В тази връзка целта на това изследване е да обосновем теоретичните основи на църковната икономика и да направим емпиричен анализ на нейното функциониране и механизъм на действие. Същевременно в изследването ще се търси потвърждение на следната **научно-изследователска теза**, а именно, че църковната икономика е важен елемент от националното стопанство, създаваща БВП и генерираща определена заетост, и като такава, на базата на съществуващите теоретически концепции ще я дефинираме и ще определим нейните съставни елементи и особености, което да ни послужи за създаването на методологически модел за нейното измерване и оценка.

1. Църквата като икономически субект – същност и организационни елементи

Църквата като икономически субект не може да съществува без формирането на определен бюджет, включващ приходна и разходна част, измере-

ни в парично изражение. Най-лесният и очевиден начин за попълване на приходната част на бюджета на църквата са доброволните пожертвования на вярващите. Но ако бюджетът на църквата се формира само от доброволни дарителски вноски, то той не би представлявал за нас особен интерес, имайки предвид факта, че съществуват много други подобни организации, формиращи своя ресурс по линията на благотворителността за сметка на членски внос, трансферни плащания и пр. постъпления (професионални сдружения, детски и социални домове, пенсионни фондове и др.), чиято роля в икономиката на една страна е значително по-голяма. Църквата обаче, не само разходва дарените ѝ парични средства и активи, но за сметка на различни стопански дейности попълва приходната част на църковния бюджет. В частност, църквата произвежда и продава стоки и услуги, генерирайки по този начин определени приходи, респ. печалба.

Църквата, като събирателно понятие, в лицето на своите поделения – църкви и манастири, произвежда и предлага на пазара голямо разнообразие от стоки и услуги, които са пряко свързани с църковната дейност или са резултат от същинска стопанска дейност – производство на селскостопански продукти, продукти на преработващата промишленост, козметични продукти и пр. Те могат да бъдат както материални предмети, необходими за извършване на религиозните ритуали (напр. свещи), така включват и самото извършване на съответния ритуал от страна на свещеника (като кръщение, погребални ритуали, освещаване и пр.). Но ако материалните обекти за покупко-продажба могат да бъдат описани и анализирани с помощта на категориалния апарат на икономическата теория – започвайки от факторите на производство и завършвайки с принципите и елементите на пазарната конюнктура, то услугите, които предлага един свещеник, са много специфична стока. В случая самите принципи на икономически отношения са в противоречие с принципите на религиозното поведение. Този принципен конфликт е толкова очевиден и толкова дълбок, че предполага възможността да се говори за съвършено различни, а в определен смисъл и за противоположни архетипни модели на икономическо поведение. В първия случай става въпрос за договорен модел на взаимноизгодни отношения, формиран на базата на пазарните принципи, във втория – за акт на безусловна комерсиализация на услугите, предлагани от страна на свещеника, т.е. невидимото духовно начало се сблъсква с грубата действителност на ежедневието икономическо битие.

Анализът на социално-икономическата дейност на Българската православна църква (БПЦ) е свързан с дефинирането на статута на самостоятелно юридическо лице, което е носител на стопанските и социални отношения.

В социално-икономическия оборот участват самостоятелно само тези местни поделения на вероизповеданията, които са признати за юридически лица по силата на чл. 10 от Закона за вероизповеданията [7].

Според Устава на БПЦ, чл. 13, юридическото лице, което извършва самостоятелно религиозни, социални и стопански дейности, е Църквата с конкретното ѝ наименование в даденото населено място (вж. таблица 1).

Таблица 1. Устав на БПЦ, чл. 13

- Чл. 13.** (1) *Българската православна църква – Българска Патриаршия и нейните местни поделения – митрополии, църкви и манастири, са юридически лица.*
- (2) *Неотделими членове на юридическото лице на Българската православна църква – Българска Патриаршия са митрополията и ставропигиалните манастири като юридически лица и като местни поделения в нейния диоцез и юрисдикция.*
- (3) *Седалището на Българската православна църква – Българска Патриаршия е в гр. София.*
- (4) *Седалище на митрополията е населеното място, определено в чл. 3 и чл. 4.*
- (5) *Седалище на църквата е населеното място, в което е изграден храмът ѝ.*
- (6) *Седалище на манастира е населеното място, в или до което той се намира, или близко до него населено място.*

Преди да пристъпим към интерпретиране на някои от основните подходи при изследване на църковната икономика, трябва да отбележим, че от особена важност е емпиричната основа за анализа и респ. **методологическата постановка на измерването на социално-икономическата дейност на църковната икономика.** Данните за социално-икономическата дейност на църквата са, на първо място, ограничени и ненадеждни. Официалната статистика събира много ограничен кръг информация за дейността на религиозните организации. Анкетните проучвания почти не засягат социално-икономическата дейност на църквата и обикновено провежданите изследвания се отнасят до набирането на информация за класифициране по вероизповедна принадлежност. Освен това, самите религиозни организации съхраняват доста ревниво своите финансови документи и бюджети, които са единствено достъпни само за техните членове и поради тази причина редица аспекти на социално-икономическата дейност на църквата остават трудни за наблюдение и анализ. Въпреки всичко това, информацията и базата данни, касаещи социално-икономическата дейност на църквата, са отно-

сително по-богати и далеч по-обширни в сравнение с тези, отнасящи се до редица други "непазарни" дейности и институции, като например, частни клубове, дейностите от развлекателната индустрия, групите/обществата за взаимопомощ, повечето социални дейности и др. (Iannaccone, 1998, p. 1467).

Анкетните проучвания осигуряват значителна информация най-вече за религиозната принадлежност на респондентите, т.е. към кое вероизповедание принадлежат, честотата на посещение на религиозните служби, благотворителност и др. социални дейности, в по-малка степен за притежаваните активи от съответната църковна организация, както и обединяването/разделянето на църковни секти и конфесии. Факт е, че при повечето въпроси от анкетните проучвания по отношение на религиозната принадлежност и индивидуалното поведение спрямо благотворителността и др. дейности на църковните организации, е много трудно да се оцени като цяло точността и искреността на отговорите на анкетираните по въпросите, свързани с религията. Кърк Хадауей, Пени Марлър, и Марк Чавес (Hadaaway, et al., 1993, p. 741-752) представят доказателства, че анкетните проучвания на Галъп значително надценяват и преувеличават действителната ангажираност на хората с религиозни дейности, вкл. честотата на посещение на църква. В едно изследване на Джеф Бидъл от 1992 г. (данните са за 1975-76 и 1981 г.) се посочва, че по отношение на седмичната посещаемост на църква получените резултати са с около 15% по-ниски от тези, съобщени от Галъп (Biddle, 1992, pp. 92-133, Iannaccone, 1998, p. 1467).

От края на 1930 г. Gallup постоянно провежда анкетни проучвания за изследване на нагласите на хората относно техните религиозни предпочитания, честотата на посещения на църква и др. От началото на 1972 г. NORC's General Social Surveys [8] също осигуряват почти всяка година чрез изследвания на нагласите на населението информация относно религиозната принадлежност, религиозните предпочитания и др. религиозни очаквания, интереси и дейности (Davis and Smith. 1996).

The Canadian General Social Surveys, World Values Surveys, анкетните проучвания на Gallup International и изследванията на International Social Survey Program предоставят аналогични, макар и по-малко подробни данни и информация за много други страни (Iannaccone, 1998, p. 1467).

Наред с международните изследвания и анкетни проучвания, които извършват големите социологически агенции и изследователски центрове, се провеждат и стотици други национални проучвания, включващи редица основни въпроси, касаещи религиозната дейност, като посещенията на църква, предпочитанията към дадена религия и др. Освен това, информация за вероизповеданията и техните членове/подръжници, духовни водачи, благотворителната им дейност и пр., макар и по-малко представителни от гледна точка на извадка и сценарии на изследване, може да се получи и от много-

бройни индивидуални проучвания, спонсорирани от самите вероизповедания и благотворителни организации, предоставящи макар и едностранчиво, но в много подробен план тяхната социална и стопанска дейност. Трябва да се има предвид също, че в много случаи данните от анкетните проучвания с отговорите на респондентите са съпроводени и се допълват от документално оформени записи, които проследяват движението във времето на техните членове (нарастването или намаляването на членската маса), дарителските/членските вноски, извършваните разходи, броя на духовниците, а много от тях водят документация за кръщенета, ръкополагането на духовниците, мисионерската дейност и пр. (Bradley et al., 1992).

Годишни обобщени данни относно дейността на вероизповеданията могат да се намерят още в началото на миналия век и първоначално те се публикуват в *Yearbook of American and Canadian Churches* (Годишник на американските и канадски църкви), като от 1915 г. това става редовна практика. Много деноминации [9] публикуват ежегодни доклади и/или алманаси, които предоставят по-подробна информация за своята дейност, понякога дезагрегирана и на местно ниво. Американското правителство публикува на десет години доклади във връзка с извършваните регулярно преброявания на религиозните общности в страната (*Census of Religious Bodies*), провеждани през периода от 1850 до 1930 г. В тези доклади може да се намери обширна информация, вкл. широк набор от статистически данни за териториалното разпределение на религиозните общности/църкви на равнище населени места (градове, регионални територии, щати и пр.). Също така, поредица от частно спонсорирани/финансирани преброявания от 1952 г., 1971 г., 1980 г. и 1990 г. дават аналогична информация за членска маса и дейност на вероизповеданията (Bradley et al., 1992).

Като цяло, информационната обезпеченост на изследванията на религиозната/църковната икономика е недостатъчна, вкл. и по методологически причини, поради което е нужно за анализа обединяване/компилиране на данни от различни информационни източници.

Националната статистика на Република България не изследва и не отчита пряко дейността на Църквата в двете и направления (религиозни и стопански дейности). Същевременно НСИ обработва годишните отчети на Юридическите лица с нестопанска цел (ЮЛНЦ), като в това число включва и дейността на религиозните организации. Те обаче не са класифицирани по вероизповедна принадлежност и затова за техния обхват и дейност може да се екстраполира, като се вземат предвид резултатите от последното преброяване на населението през 2011 г.

Таблица 2. Окончателни резултати от преброяването на населението през 2011 г. относно вероизповедната принадлежност в Република България*

Вероизповедания	в брой лица	в проценти
Общо за страната	5.758.301	100,0
Източноправославно	4.374.135	76,0
Католическо	48.945	0,8
Протестантско	64.476	1,1
Мюсюлманско:		
Мюсюлманско сунитско	546.004	9,5
Мюсюлманско шиитско	27.407	0,5
Мюсюлманско	3.728	0,1
Арменско апостолическо православно	1.715	0,0
Израелтянско	706	0,0
Друго	9.023	0,2
Нямам	272.264	4,7
Не се самоопределя	409.898	7,1

*В таблицата са разпределени данните за лицата, отговорили на доброволния въпрос за самоопределяне по вероизповедание. Данните са конфиденциални съгласно чл. 25 от Закона за статистиката.

Източник: Национален статистически институт (nsi.bg)

Трябва да се има предвид и фактът, че държавата не се интересува особено от темата за т.нар. църковен данък и на практика такъв не съществува в България. Макар че данъчните регистри, при евентуално доброволно облагане с фискална тежест на членовете на религиозните общности и организации от страна на държавата, биха могли да бъдат много по-релевантни от преброителната статистика на НСИ като носители на информация. В България обаче е възприета системата на държавно субсидиране на определени вероизповедания, като числеността на членския състав на религиозните общности не е обективен критерий за предоставянето на една или друга сума от държавния бюджет (Беров, 2010).

Годишният отчет за дейността се попълва от всички предприятия с нестопанска цел (сдружения и фондации, вкл. политически партии, църкви, читалища и др.), създадени и регистрирани съгласно действащото законодателство, на основание чл. 20 от Закона за статистиката. Таблиците за сдруженията и фондациите са разработени на основата на данни, събирани с ежегодно провеждано статистическо изследване от НСИ. Обект на наблюдение са: фондации, бизнес организации и организации на работодатели, професионални и творчески съюзи, сдружения на кооперативни организации, синдикални и други нетърговски организации.

Таблица 3. Брой на предприятията с нестопанска цел, съгласно това в чия полза осъществяват дейност – обществена или частна

Година	В обществена полза		В частна полза	
	Общо за страната	в т.ч. Дейност на религиозни организации (КИД-94.91.)	Общо за страната	в т.ч. Дейност на религиозни организации (КИД-94.91.)
2009	7 597	179	2 441	67
2010	8 100	200	2 595	58
2011	8 330	192	2 928	88
2012	8 794	195	3 273	97
2013	9 354	208	3 232	96

Източник: Национален статистически институт

От таблица 3 се вижда, че през 2013 г. едва 2,22% от предприятията с нестопанска цел в обществена полза извършват дейност на религиозни организации. Ако екстраполираме резултатите от преброяването (вж. таблица 2), ще се окаже, че за 2013 г. около 160 от тях са на БПЦ. Приблизително подобни са и резултатите за останалите години.

Разпределението на юридическите лица с нестопанска цел, извършващи религиозна дейност, не е равномерно на територията на страната (вж. Приложение 1). Най-голям брой организации извършват дейност в големите градове:

- София – 71 броя;
- Пловдив – 31;
- Варна – 27;
- Бургас – 28.

Това е логично, с оглед на дейността на тези ЮЛНЦ, тъй като те оперират най-вече в сферата на благотворителността, социалното подпомагане и доброволчеството.

2. Теоретични концепции за религиозната/църковната икономика

От гледна точка на икономическата теория принципният подход, който ние сме приели към анализа на религиозната дейност, респ. църквата като една от основополагащите институции в обществения живот, се базира на следната фундаментална конструкция, изведена от Петер Бергер (Berger, 1967, р. 138). Според него съвременното общество демонстрира плурализъм на мненията и институциите във всичките му аспекти, вкл. и по отношение на религиозната дейност, а "плуралистичната ситуация е преди всичко пазарна ситуация. В този смисъл религиозните институции се превръщат в пазарни агенти, а религиозните традиции/обичаи – в потребителски стоки. А в такава ситуация една значителна част от религиозната дейност се оказва под въздействието на логиката на пазарната икономика".

Най-голям брой изследвания и публикации по въпросите на религиозната/църковната икономика и в частност на икономикса на религията (Economics of religion) има в рамките на базисната теория за потребителското поведение. Теоретичната конструкция на икономическата същност на религиозната дейност от гледна точка на автора е предмет на самостоятелен анализ и ще бъде интерпретирана в последващото изложение.

На практика, обаче, анализът на религиозната/църковната икономика в настоящото изследване не може да остане на абстрактно ниво, защото той трябва да ни послужи за създаването на методологически модел за нейното измерване и оценка. Тъй като има малко икономически социално ориентирани научни изследвания, свързани с икономикса на религията извън САЩ и някои страни от Западна Европа, до голяма степен в теоретичната си част ние ще се фокусираме върху дейности, институции, социално-икономически отношения и индикатори, касаещи религиозната/църковната икономика изобщо.

2.1. Ролята и значението на икономическия подход при изследването на религиозната дейност

В едно свое изследване Л. Янаконе (в съавторство с Ели Берман) прави опит да разсее популярното, но несъстоятелно мнение, че ролята на религията през 21-ви век намалява. (Iannaccone and Berman, 2006). Възраждането на евангелизма в САЩ, възходът на ислямския фундаментализъм в Близкия изток, взривното нарастване влиянието на протестантството в Латинска

Америка, религиозният кипеж в Източна Европа и бившия Съветски съюз, нарасналата роля на религията в политическите и етническите конфликти по целия свят, според него, са свидетелство за увеличаващото се значение на религията. В Съединените щати, където данните, показващи социално-икономическата роля на църквата, са най-пълни и достоверни, "цената" на религиозната вяра (такса членство, благотворителни суми и дарения, закупуване на религиозни атрибути и пр.) показва малък или почти никакъв спад през последните 3-4 десетилетия. В действителност, ако погледнем на процеса в по-дългосрочен период, членските такси на американските църкви/конфесии са се увеличили през последните два века. Изследването на социално-икономическите процеси не може да изключи религиозната/църковната икономика от своя обхват, ако иска в по-пълна степен да ги анализира, т.е. тя винаги трябва да се взема предвид при анализа на обществено-икономическите процеси, тъй като религията не показва никакви признаци на отмиране (Iannaccone and Berman, 2006).

Близо два века разделят първата и втората публикации, което несъмнено означава, че религиозната/църковната икономика стартира бавно по пътя на своето развитие. Но въпреки този бавен и спокоен старт, десетки икономисти (и редица социолози) започват своята теоретична инвазия в това поле на науката и както образно описва този процес Л. Янаконе (Iannaccone, Laurence R. 1998, p. 1465), "... те се качват на влака, когато Адам Смит (1776) и Кори Ази и Роналд Еренберг (Azzi and Ehrenberg. 1975, pp. 27–56) слизат от него". Въоръжени с инструментариума на икономическата теория и с голям обем информация и данни, изследователите в тази нова област публикуват близо 200 статии, засягащи въпроси, които преди това са били в обсега на други социални науки, детерминирани от религиозните убеждения и поведение на индивидите, естеството на религиозните институции, и на социалните и икономическите въздействия от страна на религиозните организации.

Изследването и изучаването на социално-икономическите аспекти на религията (икономикс на религията, икономиката на религиозната дейност/религиозната икономика, църковната икономика) все още не е гарантирано с код в тематичния класификатор JEL [10], нещо повече, достиженията в религиозния икономикс на този етап се ползват в рамките на всяка друга социална наука. В момента академичните и научните изследвания, свързани със социално-икономическите аспекти на религиозната дейност, са включени в JEL класификатора с код "Z12 Cultural Economics: Religion", но по наше мнение, когато става въпрос за икономикса на религията (economics of religion), той не трябва да бъде с код "Z Other Special Topics", а да бъде поне някъде в:

A1 General Economics

A10 General

A11 Role of Economics • Role of Economists • Market for Economists

A12 Relation of Economics to Other Disciplines

A13 Relation of Economics to Social Values

A14 Sociology of Economics

A19 Other

Въпреки това, икономикът на религията се квалифицира като една нова територия в рамките на разширяване на сферата на икономикса. Роберт Нелсън във Въведението на своята книга "Икономикът като религия" пише, че не са фондациите тези, които са оказали най-голямо влияние върху американското общество, а Самуелсъновиет учебник по икономикс е този, който няколко десетилетия след Втората световна война играе ролята на Библия по икономика (Robert H. Nelson, 2001, p. 16). Именно в учебниците по икономикс с помощта на икономическия инструментариум се изучават имплицитните религиозни послания. Част I и II на тази книга се фокусират именно върху религиозните елементи на Икономикса.

Изучаването на религиозните отношения и в частност на икономическите им аспекти досега получаваше легитимност в рамките на социологията, психологията, антропологията, историята и в по-малка степен – в политическите науки, в продължение на десетилетия. Специализираните списания, в които намираще място тематиката, свързана с изследването на религиозната/църковната икономика, вкл. социалните ѝ аспекти, включват такива научни издания като:

- Journal for the Scientific Study of Religion,
- Sociology of Religion (formerly called Sociological Analysis),
- Review of Religious Research,
- Social Compass,
- Journal of Church and State

Изследванията, свързани със социално-икономическите аспекти на религията, от една страна, дават възможност да се разшири обхватът на икономикса на различни равнища (микро-, макрониво), а от друга – генерира информация за пренебрегвани доскоро сфери на "непазарно" поведение; показвайки как икономическите модели могат да бъдат модифицирани за решаване на въпроси, свързани с вярата, нормите и ценностите и изследване на начините как религията (и в по-широкия смисъл на думата, моралът

и културата) могат да засегнат икономическите нагласи и дейности на индивидите, групи от хора и обществото като цяло. В същото време изследванията в областта на икономикса на религията оказват влияние върху социологията, особено върху социологията на религията, която има съществен интерес от използването на икономическия подход. Тъй като повечето от изследователските работи, касаещи икономическите аспекти на религията, са относително нови и разпръснати в различни научни списания, имащи икономическа и неикономическа насоченост, то е необходимо въвеждането на класификатор, идентифициращ икономикса на религията като част от икономикса.

Икономическите изследвания на религиозната дейност имат своя принос за общоикономическия анализ в три насоки:

- **първо**, те показват как статистико-икономическият инструментариум може да бъде използван, за да се оцени ролята на религията и религиозните институции в обществено-икономическия живот;
- **второ**, те дават възможност и допринасят за още по-задълбочено осветляване на непазарното поведение на стопанските агенти, вкл. в поведенческия икономикс, илюстрирайки ролята, която играят норми, ценности, социален капитал и "духовен капитал", пречупени през религиозните вярвания и дейности, върху човешкото поведение;
- **трето**, те показват как и в каква степен културата в широкия смисъл на думата, вкл. религиозната култура или други нейни измерения, оказват влияние върху икономическите системи. Редица учени твърдят, че когато се анализира икономическият растеж на дадена страна, регион или на света като цяло, винаги трябва да се оценява в дълбочина и ролята на културата/религията (Iyer Sriya, 2015, Landes, David S. 1998, W. W. Norton; Norris, Pippa. and Ronald Inglehart. 2004). Друга група автори акцентират върху факта, че всеки един изследовател и икономист трябва да бъде "загрижен" за моралните последици от икономическия растеж, което неминуемо изисква и гледната точка на религиозните общности и институции като носители на определени морални и етични норми и принципи (Friedman, Benjamin M. 2011; Friedman, Benjamin M. 2005). Трети твърдят, че развитието на пазарите и пазарните отношения, както и развитието на морала, религиозната културата, културата във всичките ѝ измерения и съпътстващите ги институции, трябва да бъдат изследвани, анализирани и проучвани заедно, комплексно (Friedman, 2008; Bowles, 1998).

От една страна, религията и културата като цяло формират в определена степен икономическото поведение на стопанските агенти и влияят върху икономи-

ческите системи, пазари и свързаните с тях институции, а от друга – икономическата среда също влияе върху религиозния избор и убеждения, морала и културните предпочитания. По този начин икономическият подход свързва пряко пазарните проучвания и поведение с изучаването на религиозната дейност и култура (Iyer Sriya, 2015).

2.2. "Старата" и "Новата" парадигма в теорията за религиозната икономика

Социално-икономическата теория на религията, от гледна точка на своето развитие, може да бъде разгледана в два аспекта:

- Първият е свързан с т.нар. **"старата парадигма"**, в основата на която стои "теорията за секуларизацията". Съществена черта на отношението между църква и държава в модерна Европа е **икономическата секуларизация**, която предхожда законодателното разделяне на църква и държава. Тя намира израз в изземването от страна на държавата на манастирски имоти в периода от края на XVIII в. до началото на XX в. Друга нейна особеност е, че тя засяга главно католическата и православната църкви, но не и протестантските [11] (<http://feeds.feedburner.com/ReligionAndPoliticsInEasternOrthodoxy>).
- Вторият, т.нар. **"нова парадигма"**, е свързан с теорията за рационалния избор в контекста на религиозната дейност и с появата и развитието на икономикса на религията.

С. Уорнър е първият автор, който още през 1993 г. описва прехода от старата парадигма, водеща началото си от европейския контекст на теорията за секуларизацията към новата парадигма, възникнала в САЩ, доколкото религиозната история отвъд Океана с нейното многообразие не се вписва в теорията за секуларизацията (Warner, 1993; 2008). В глобалната дискусия, при която тезисите за секуларизацията (старата парадигма) се противопоставят на новата парадигма (теорията за рационалния религиозен избор, теорията за пазарните религиозни ниши, теорията за икономикса на религията, теорията за религиозното предлагане/religious supply-side theory и др. аспекти на новата парадигма), този сблъсък се оказва в центъра на теоретичните спорове.

Преди да разгледаме теоретичните концепции на "новата парадигма", трябва да отбележим, че на "старата парадигма" са посветени множество теоретични разработки и концепции, които особено добре са класифицирани от Голдстейн (Goldstein, 2009). Той причислява към "старата парадигма" такива автори като Т. Парсънс, Р. Бел, П. Бергер, Т. Лукмън, Н. Лумън, Б. Уилсън, Д. Мартин, Р. Фен и др., които следват три подхода в своите анализи:

- *цикличен/спирален*;
- *диалектически* и
- *парадоксален*.

При това, преобладаващо, според него, е диалектическото разбиране за процеса на секуларизация.

Заедно с това, Голдщейн обособява и три теоретични направления:

- *функционалистско* – към него принадлежат Т. Парсънс, Р. Бел, Н. Лукмън;
- *феноменологическо* (П. Бергер, Т. Лукмън);
- *диалектическо* (Б. Уилсън, Д. Мартин, Р. Фен).

Към "новата парадигма" могат да се отнесат няколко основни теоретични концепции като теориите за рационалния избор и социалния обмен, и икономикса на религията. Това дава основание на някои автори (Spicard, 1998) да говорят за два подхода в рамките на "новата парадигма":

- В основата на първия, към който се отнасят редица изследвания на Р. С. Уорнър, Р. Финке, М. Гест, Р. Старк, стоят теоретичните модели за "икономикса на религията", "религиозните пазари" или "религиозните фирми". Всички те се обединяват около виждането, че религиозната дейност във всичките ѝ аспекти (социално-икономически, теологически и пр.) не губи своята жизненост и не отмира, както прогнозираат привържениците на старата парадигма (теорията за секуларизацията), а напротив, дори намира нови сфери на изява, адаптирайки се към новите условия (Spicard, 1998).
- При втория подход автори като Л. Янаконе, Р. Старк, У. Бейнбридж, Р. Финке акцентират върху теорията за "рационалния избор", върху човешките действия, позволяващи ни да разберем защо религиозните пазари работят по един или друг начин. Ключът към разбирането за функционирането на религиозните пазари е в изясняването и овладяването на правилата и закономерностите, обясняващи индивидуалните религиозни действия. Този подход (теорията за рационалния избор) е своеобразен опит за теоретическо обяснение на наблюдаваните емпирични явления, тяхното обобщаване и респективно създаване на концептуална система, която се опира на доминирания от неокласическия мейнстрийм икономикс – поведенчески икономикс (Spicard, 1998).

Анализирайки двата подхода, на преден план изпъква фактът, че те използват предимствено икономическата терминология, като особено значение се придава на понятието "икономикс на религията". Общото в случая е,

че църковните общности и техните институции (църкви, митрополии и пр.) се разглеждат като своеобразни религиозни фирми, които се конкурират помежду си за привличането на потребители на религиозни услуги и стоки в условията на един структуриран пазар. Освен това, според тази група автори, привърженици на посочените по-горе два подхода: пазарното регулиране и вмешателството от страна на държавата и висшестоящите религиозни институции на практика ограничава конкуренцията, изкривява и променя както мотивите и възможностите на "производителите на религиозни услуги и стоки", така и избора на религиозните потребители на тези стоки и услуги. Според тях "секуларизацията" е естествено следствие от религиозния монопол на поддържаните от държавата църковни общности/общност (вероизповедания), които, както всеки един монопол, оставят настрана потребностите на религиозните потребители (Spicard, 1998).

Според нас и двата подхода не могат да дадат цялостна методология за анализ на религиозната икономика. Докато "икономиксът на религията" използва предимствено инструментариума на микроикономикса – търсене и предлагане на религиозни блага, механизма на конкуренцията и пр., то теорията на "религиозния избор" акцентира върху човешкото поведение, използвайки инструментариума на поведенческия икономикс и микроикономическите аспекти на потребителското търсене – полезност, потребителски вкусове и предпочитания, бюджетни ограничения и пр. И при двата подхода липсва макроикономическият инструментариум, който би ни дал възможността за оценка и измерване на религиозната/църковната икономика и респ. за анализ на дейността на религиозните стопански агенти.

2.3. Икономикс на религията и религиозна икономика

В своето фундаментално изследване "Въведение в религиозния икономикс" (Iannaccone, 1998) Лорънс Янаконе прави много ясно разграничение между икономикса на религията (Economics of Religion) и други области на научните академични изследвания в сферата на икономиката. Икономиксът на религията е научна област, която използва инструментариума и методите на икономическата наука, за да изучава религиозната дейност, отношения и институции като зависима или независима променлива от други социално-икономически параметри, фактори и резултати. По този начин той е формиран и изграден въз основа на идеи, концепции, категории и пр. изследователски инструментариум, използван в икономиката на публичния сектор, икономиката на труда, отрасловите икономики, икономиката на устойчивото развитие и международната търговия, а до известна степен използва и инструменти, разработени в теорията на игрите и иконометрията. Трябва да се прави разлика между икономикс на религията и това, което някои автори

наричат "религиозна икономика", която използва религията, религиозните идеи и догми, за да се вкара социален елемент при анализа на икономическите системи или поведение. Религиозната икономика и икономиксът на религията също така не се занимават с богословската и институционалната страна на личната/индивидуалната религиозна вяра. Това не е поради факта, че личната религиозна вяра и поведение нямат никакво значение за изучаването на религиозната дейност, религиозните отношения и институции в икономическия контекст (Iannaccone, 1998). В този контекст, нас като икономисти ни интересуват макро- и микроикономическите аспекти на поведение на вероизповеданията и в частност на БПЦ.

За целите на настоящото изследване ние използваме малко по-различен и разширен категориален апарат, прецизиран в съдържателно отношение според нашето лично виждане:

- "икономикс на религията" (**Economics of religion**);
- "Религиозна икономика" или "Икономика на религиозната дейност" (**Religious economy**);
- "Църковна икономика" (**Church economy**)

По наше мнение определението за *икономикс на религията*, към което и ние се придържаме и доразвиваме, е много добре дефинирано и описано от Лорънс Янаконе (Iannaccone, Laurence R. 1998, p. 1489-1492). Според нас икономиксът на религията е научна област за производството, разпределението, размяната и потреблението на религиозни блага (услуги и стоки), която използва инструментариума и методите на икономическата наука/икономикса, за да изучава религиозната дейност, отношения и институции в социално-икономически аспект.

Икономиксът на религията от една страна прилага социално-икономическата теория и методи за познание и обяснение на религиозните модели на поведение на отделни лица, групи или култури, а от друга – социално-икономическите последици от подобно поведение. Пример за първото направление в икономикса на религията са теорията за конкуренцията, фирменото търсене и предлагане и държавното регулиране (или поддръжка), приложени по отношение на религиозните дейности, което направление започва още от Адам Смит и неговото произведение "Богатството на народите". Пример за второто направление (поведенческият икономикс) е теорията за рационалните очаквания, което е започнало още от Макс Вебер с тезата, че протестантската етика стои в основата на възхода на капитализма. Именно тази втора страна на икономикса на религията е връзката с теорията за рационалния религиозен избор, която ги обединява в т. нар. "нова парадигма".

В настоящото изследване, както в почти всички научни и академични изследвания на икономикса на религията, не се разглеждат и анализират въпросите свързани с валидността и достоверността на религиозните идеи

и принципи на вероизповеданията или автентичността на религиозните институции. Доколкото е необходимо извеждането на някакво определение на религията с цел да се изключат дадени политически идеологеми или философски дефиниции, които само биха затруднили икономическия анализ на религиозните отношения, е достатъчно да се определи една религия като споделен набор от вярвания, дейности и институции, почиващи върху вярата в свръхестественото [12].

Предметът на икономикса на религията, наричан от някои автори теологичен (богословски) икономикс, според тях понякога се припокрива или дори смесва с *религиозната икономика/икономиката на религиозната дейност* (Oslington, 2003; Patrick and Mueller, 2001; Oslington, 2000). Според нас религиозната икономика използва религиозните принципи за оценка на социално-икономически дейности и поведение и това я отличава от икономикса на религията. Типичен пример за религиозна икономика са т. нар. "ислямски финанси" [13].

Църковната икономика, по наше мнение, е събирателно понятие, което включва в себе си, от една страна, всички религиозни дейности, които имат оценъчен и измерим пазарен ефект, а от друга – чисто стопанските дейности, които извършват религиозните общности и институции, вкл. техните поделения и подразделения, функциониращи в рамките на пазарното стопанство, като самостоятелни стопански агенти. Тази категория обединява в себе си микроикономическите принципи на икономикса на религията, рационалните религиозни очаквания на поведенческия икономикс, формиращи принципите на религиозната икономика/икономиката на религиозната дейност, и оценъчните характеристики и категории на макроикономическия анализ – брутна продукция, междинно потребление, заетост и пр. Дефиницията за църковна икономика, която извеждаме по-горе, акцентира върху институционалния аспект на социално-икономическата дейност на религиозните организации, тъй като те са носители на социално-икономическите отношения. В действителност, вкл. и на практика, повечето хора биха асоциирали икономикса на религията и особено религиозната икономика с икономикса в свещените книги и с правилата на играта, заложили там, а не толкова с институциите и организациите, които ги прилагат.

За да изясним по-точно дадената по-горе дефиниция за църковната икономика и практическото и приложение при нейната оценка и анализ, ще направим класификация на дейностите на църковната икономика, които, по наше мнение, обхващат изцяло социално-икономическия ѝ характер.

За изясняване на категорията "църковна икономика" в последващото изложение трябва да отбележим, че религиозната дейност в нейния социално-икономически аспект, според нас, може да бъде обособена в три основни направления, които представляват и нейните съставни елементи:

1. **Същинска религиозна дейност**, при която социално-икономическият елемент в по-голямата си част е съпътстващ, т.е. косвен. На практика тук влизат всички услуги, предоставяни от църквата, касаещи нейната религиозна дейност. Според Закона за вероизповеданията, чл. 23. (1) Регистрираните вероизповедания имат право за своите нужди да произвеждат и продават вещи, свързани с богослужебната им дейност, ритуали и обреди. (2) Сделките по ал. 1 не са търговски по смисъла на Търговския закон. Въпреки това, тази дейност е част от стопанския оборот и генерира определени приходи, респ. разходи, които обаче официалната статистика не отчита поради липса на методика. Такива са, например, църковните треби и требните такси (църковна служба или обред от частен характер при кръщение, брак, опело и пр.). В същото време църквата реализира доходи от продажбата на свещи, икони, църковна утвар, религиозна литература и пр. блага (предмети и продукти), които също са изключени от оценката на реалния стопански оборот. Таксите от църковните услуги и продажбата на предмети и продукти с религиозно предназначение формират от 60 до 100% от приходната част на епархийските бюджети [14]. Към това направление трябва да се прибавят приходите от дарения и спонсорства, както и държавната субсидия. Първите формират между 10 и 20% от приходите на митрополиците (епархийските бюджети), докато държавната субсидия нараства от 1 560 000 лв. през 2010 г. на 2 360 000 лв. за ремонт и строителство на храмове и манастири на Българската православна църква в страната през 2015 г. Отделно от това, има държавна субсидия, която е за подпомагане на Българските православни църковни общини в чужбина и свещенослужителите, работещи зад граница. За същия период тя нараства от 750 000 лв. на 850 000 лв. Към това направление включваме и безвъзмездната помощ (грантовите схеми), т.е. субсидиите по Програмата за развитие на селските райони, мярка 322, която е свързана с ремонт и реконструкция на сгради с религиозно предназначение и подобряване на прилежащите пространства. Този елемент би могъл да бъде отнесен и към второто направление – **стопанска религиозна дейност**, но това са финансови ресурси, предназначени за подобряване и облагородяване на религиозните храмове и сграден фонд, касаещ религиозната дейност като цяло, и поради тази причина, по наше мнение, грантовото финансиране го отнасяме към първото направление;
2. **Стопанска религиозна дейност**, която включва църковните земеделски стопанства, търговски дружества за стопанисване на горите, дърводобив, строителство, арендоване на имоти и пр.;

- 3. Социална религиозна дейност**, включваща църковните социални кухни, сиропиталища, старопиталища, здравни заведения и др. Тази дейност се изпълнява както от самите църкви и манастири, така и от специално създадени с участието на Църквата сдружения и фондации (ЮЛНЦ), вкл. и търговски дружества, по изключение.

По отношение на първият елемент, църквите и манастирите – като поделения на БПЦ и в ролята си на носители на определени социално-икономически отношения, са юридически лица на публичното право и от гледна точка на икономическата теория част от предоставяните от тях услуги са обществени блага, от които се ползват всички граждани на страната – православни и тези, които посещават и ползват услугите/благата на религиозното културно-историческо наследство. По този начин се постига и една от основните цели на Църквата – ефективно управление и провеждане на духовните и социалните дейности.

Вторият и третият елемент отразяват резултатите от същинската социална и стопанска дейност на Църквата и от тази гледна точка тя участва като пълноправен стопански агент в социално-икономическия живот на България. На практика Църквата се явява "производител" и "потребител" на стоки и услуги и като такава попада под санкцията на принципите и законите на бизнеса.

Измерването и оценката на тези три елемента ни дава възможност да определим стойността на църковната икономика, респективно дейността на църковните структури и организации.

3. Подходи при изследването на религиозната/църковната икономика

Изследванията на икономическите аспекти на религията някои автори (Iyer Sriya, 2015; Stevens and Loudon, 1992; Iannaccone, 1998) класифицират в 3 основни направления:

- На първо място, както като обем, така и като задълбоченост, са научните изследвания, които интерпретират религиозното поведение от икономическа гледна точка, прилагайки инструментариума и подходите на микроикономическата теория. Този методологически подход цели да обясни моделите на религиозно поведение, от една страна – на потребителите на религиозни услуги (индивиди, домакинства, групови общности), а от друга – на предлагащите тези услуги (вероизповедания, конфесии и секти).
- Второто направление е свързано с изследванията на икономическите последици от религиозната дейност, преки и косвени, като напри-

мер ефекта върху икономическия растеж (Filipe Campante and David Yanagizawa-Drot, 2015).

- Третото направление обхваща всички онези изследвания, които на базата на религиозните принципи и норми подкрепят или критикуват икономическите политики, провеждани от правителствата. Това направление някои автори го дефинират и определят като **"религиозна икономика"** (religious economics) в широкия смисъл на думата (Вж. пак Iyer Sriya, 2015; Stevens and Loudon. 1992; Iannaccone, 1998), имайки предвид, че проблемите, анализирани и интерпретирани в тези изследвания, представляват интерес както за философи, богослови, социолози, така и за икономисти, които се опитват да направят оценка на икономическите политики от религиозна гледна точка.

Някои изследвания формират и едно четвърто направление, което оценява дейността на религиозните организации от гледна точка на бизнеса и практиката, така че да се използват по-ефективно ресурсите на пазара и по този начин да се стимулира растежът на църквата и нейният принос за увеличаване на БВП на дадена страна (Stevens and Loudon, 1992).

Трудно е да се направи обстоен преглед на литературните източници и теоретичните концепции и подходи, свързани с икономикса на религията, респ. религиозната икономика, имащи отношение към настоящето изследване. Това е така, тъй като, от една страна, голяма част от тях са извън изследователските и професионални интереси на повечето икономисти, а от друга – икономиксът на религията включва голям набор от изследвания на т.нар. "ислямски икономисти". Последните имат за цел да анализират, да обосноват и да приложат на практика системи за банкиране и финансови операции, данъчно облагане, преразпределение на доходите и пр., в съответствие с икономически принципи, извлечени от Корана. Към последното трябва да прибавим и писанията на християнски богослови, духовници и икономисти, обхващащи текстове още от Средновековието – от средновековната католическа забрана на лихварството до съвременните католически текстове и разбирания за икономиката; от официалните изявления на протестантските деноминации (изповедания) [15] и Националния съвет на църквите – САЩ (**National Council of Churches – NCC**) (<http://nationalcouncilofchurches.us/>) до различни текстове, които са свързани с евангелското протестантство [16] и самозвани "християнски икономисти". Някои от тези изследвания поставят под съмнение самата категория икономикс на религията, критикуват я, опирайки се на своя собствена логика и предположения (Elzinga, 1989).

Други автори подлагат на радикална критика както капиталистическата икономическа система, така и социализма, като акцентират в своята критика

върху данъчното облагане, банковото дело, преразпределението на доходите и др. (Gay, 1991; Kuran, 1993; Pryor, 1990; Siddiqi 1981; Waterman, 1987).

Изхождайки от разбирането за "новата парадигма" на Уорнър (Warner, 1993; 2008), според нас, основните подходи за изследването на социално-икономическите аспекти на религиозната дейност гравитират около теорията за рационалния избор и различните аспекти на икономикса на религията.

3.1. Методологични подходи при изследването на религиозната икономика, свързани с теорията за рационалния религиозен избор

Най-известните представители на теорията за рационалния религиозен избор са Родни Старк, Роджър Финке, Лорънс Янаконе и Уйлям Бейнбридж. Самата теория в най-общ вид е изложена в книгата на Старк и Бейнбридж "Теория за религията" (Stark and Bainbridge, 1987), като освен това, двамата автори в редица статии допълват и разясняват отделни елементи от тази теория. Оформила се като противовес на теорията за секуларизацията, теорията за рационалния религиозен избор е своеобразен опит за създаване на научна област, изследваща религията (религиозните дейности и институции) не като предразсъдък, илюзия или патология, а като интегрална част от обществено-икономическата система.

В основата на теорията за рационалния религиозен избор стои аналогията относно религията и религиозните дейности като система от пазарни отношения. Това основно допускане Старк и Бейнбридж допълват с няколко базисни аксиоми:

- Първата аксиома е свързана с човешкото поведение и гласи, че хората се стремят към това, което представлява своеобразно възнаграждение за тяхната дейност (*бел. моя – в случая религиозната дейност*), а се стараят да избягват това, което за тях изглежда като загуба (Stark and Bainbridge, 1987, p. 5). Обаче възнагражденията са изключително редки и са разпределени неравномерно сред различните слоеве на всяко общество, а някои са изцяло недостъпни. Затова се създават т.нар. "**компенсатори**" [17]. Вярата в компенсаторите е "вяра в това, че възнаграждението ще бъде получено в бъдеще, може и далечно, или в някакъв друг контекст, и тази вяра не е задължително непосредствено да бъде потвърдена" (Stark and Bainbridge, 1987, p. 6). С други думи, религиозният пазар засяга и обхваща размяната на основни "свръхестествени" компенсатори (supernatural compensators), т.е. обещания за бъдещи възнаграждения и свръхестествени обяснения на събития от живота и тяхното значение (Stark and Bainbridge, 1985, p. 56).
- Както всички останали стоки и блага, и религиозните блага (religious goods) се произвеждат, разпределят, разменят и потребяват. "Свръхес-

тествените компенсатори" по принцип не могат да бъдат доказани или опровергнати, не могат да бъдат верифицирани или фалшифицирани, поради което религията (религиозните идеи, блага и услуги) от гледна точка на пазарните характеристики се счита за рискова група стоки, което дава отражение върху цялата верига – от тяхното производство до потреблението (Stark and Bainbridge, 1985).

- Социалните взаимоотношения са един от най-важните информационни ресурси за религиозното "производство" и именно тези взаимоотношения убеждават потребителите в ценността и полезността на религиозните блага. Неопределеността в цената (стойностната оценка) на компенсаторите понижава тяхната полезност, респ. ценност, което дава основание на индивидите/потребителите да променят своите религиозни инвестиции (religious investments) в бъдеще (Stark, 1996; Iannaccone, 1995).

Друг методологичен подход за изследване на религиозната икономика е свързан с т.нар. поведенчески модел на избор [18]. В съответствие с него някои икономисти разглеждат модела на формиране на определен тип религиозно поведение като избор в условията на неопределеност. Според тях посещението на църква в даден период от време увеличава религиозния капитал на индивида, което от своя страна, води до нарастване на полезността при бъдещи посещения (Montgomery, 1996). Освен това, участието в религиозния живот и дейности може да се разглежда като рационално решение на индивида, с помощта на което той увеличава като цяло стойността на собствения си човешки капитал (Anderson, 1988).

Подобна теза в рамките на теорията за рационалния религиозен избор подробно развива и Лорънс Янаконе, чиято концепция за "религиозния човешки капитал" (*religious human capital theory*) е своеобразно допълнение към посочената по-горе теория (Iannaccone, 1990; Iannaccone, 1994). Според концепцията за религиозния капитал, участието на всеки човек в религиозния живот, в религиозната партиципация (причастие), формира в него определен религиозен капитал, който сам по себе си представлява запознаване на индивида с религиозните доктрини и ритуали и се използва за създаване на религиозни ценности и блага при бъдещи религиозни колективни действия. Сходната религиозна среда облекчава ефективното използване на религиозния капитал и увеличава религиозното производство. Чуждите ритуали и общности намаляват колективното производство на религиозни ценности, доколкото религиозния човешки капитал не може да бъде използван ефективно. Във връзка с горната теза привържениците на концепцията за религиозния човешки капитал правят извода, че религиозният капитал ограничава възможностите на хората да променят своите религиозни пред-

почитания или ако това се случи, новата църква/вероизповедание ще прилича на старата, доколкото при новата църква ще остане възможността да се използва по-рано придобитият човешки капитал. Лорънс Янаконе използва концепцията за религиозния човешки капитал в рамките на теорията за рационалния религиозен избор, за да обясни мотивите, които карат вярващите да правят доброволни пожертвования (време и пари) за дадена религиозна организация (Iannaccone, 1997).

3.2. Методологически подходи при изследването на социално-икономическата дейност на религиозните организации, свързани с теорията за икономикса на религията

Една част от авторите, изследващи социално-икономическата дейност на религиозните организации в контекста на икономикса на религията, описват оптимизационния модел на поведение на индивидите/домакинствата в религиозния подсектор посредством разходната теория и теорията за възнагражденията (Verrips, 1973).

В качеството си на нематериално "възнаграждение", което индивидите/домакинствата получават от участието си в религиозните дейности в широкия смисъл на думата, една част от икономистите посочват статуса на вярващите в обществото, неговото повишаване, личното им удовлетворение от установяването на приятелски взаимоотношения между миряните и формирането на своеобразен кръг по "интереси" (Iannaccone, L. R., 1988). От друга страна, материалното възнаграждение, което получават индивидите от религиозните организации и институции за своята съпричастност към определена църква или вероизповедание, се изразява основно във финансовата или материалната помощ, която те получават/дават и оказват на социално слабите (Azzi and Ehrenberg, 1975).

От гледна точка на разходната теория икономистите (Verrips, 1973, **р. 852-867**), анализиращи религиозната/църковната икономика, обособяват два типа разходи, които домакинствата и индивидите правят по отношение на църквата:

- Преки финансови и материални разходи под формата на доброволни парични пожертвования и на материални активи (строителни материали, църковни вещи и принадлежности – свещници, икони и пр.);
- Нематериални разходи – разходи на време и усилия на индивидите, свързани с посещение на църковни служби, организация на църковна благотворителност и други доброволчески дейности в рамките на църковната общност.

Някои икономисти считат, че разходите, които индивидите/домакинствата правят за църквата, могат да се разглеждат в рамките на т.нар. "сигнали-

зационен модел", тъй като размерът на доброволните пожертвования, например, може да послужи като сигнал за благонадеждност и добра репутация на съответния човек (Olds, 1994, p. 277-297). Така например, ако даден индивид прави значителни вноски в местната църковна общност, това означава, че той има намерение в дългосрочен план да общува и взаимодейства с нейните членове и едва ли ще бъде недобросъвестен и некоректен към тях, с други думи, той заслужава доверието в деловия свят.

Един друг интересен поглед върху религиозната/църковната икономика е свързан с теория на фирмата. Още А. Смит разглежда църквата и нейната дейност в качеството ѝ на производител на специфични услуги. Нещо повече, той я отъждествява с една голяма корпорация – "Духовенството на всяка господстваща църква образува голяма корпорация" (Смит, 1983, с. 772). Църквата, както всяка една фирма, работи в рамките на пазарните условия и параметри – цени, количества, търсене и предлагане, които ограничават нейното поведение, така както и на всяка компания от гражданския оборот (Iannaccone, 1998, p. 1478).

Липсата на държавна намеса на религиозния пазар би създавала възможност той да работи в условията на т.нар. монополистична конкуренция, когато множество църкви/фирми произвеждат и предлагат диференциран религиозен продукт/услуга. Обществото е заинтересовано от осигуряването на разнообразна и по-качествена продукция, която горният пазарен модел (монополистична конкуренция) би им осигурил. В дадения случай купувачите на религиозни стоки и услуги биха имали значителна възможност за избор, а продавачите (религиозните организации) съответно биха задоволрили по-пълно потребителското търсене в зависимост от предпочитанията на вярващите. В същото време, обаче, трябва да се отчита фактът, че религиозният продукт е специфичен както като потребление, така и като производство/предлагане. Църквата предлага убеждения/вяра, ритуали, идеали, социални контакти, взаимопомощ, социална подкрепа и пр. религиозни услуги и продукти (свещи, църковна утвар, икони и др.) (Stark and Bainbridge, 1996). Ползите от подобни квази пазарни отношения/сделки получават не само продавача (религиозната организация) и купувача (вярващия), но и трети страни, като например, обществото като цяло. Този ефект се проявява най-вече благодарение на участието на църквата при решаването на редица социални проблеми.

На първо място, в повечето религии са заложили идеали и норми, които влияят позитивно и благотворно на общественото развитие. Например, Божиите заповеди "не кради", "не убивай" намаляват вероятността от извършване на престъпления сред вярващите. Нещо повече, обществото печели от повишената сигурност, снижените разходи по предотвратяване и разкриване на престъпленията, осигуряването на ред и законност и пр. Родни Старк

[19], базирайки се на свои изследвания за религиозния сектор в САЩ, счита, че религията чрез своята идеология и прокламирани норми не само води до намаляване и ограничаване на престъпността, но и спомага за изграждане и развитие на социално ориентирано поведение на хората като оказване на помощ на изпаднали в трудна житейска ситуация, донорство и пр.

На второ място, Р. Старк [20] посочва, че въпреки съществуващото мнение, че вярващите се занимават с благотворителност изключително в рамките на църковната общност, практиката показва точно обратното. Те извършват благотворителна дейност повече извън църковната общност, на светски мероприятия, и тази им дейност значително надхвърля като брой и обем подобна дейност, провеждана от атеистите/невярващите. Дейността на религиозните организации не се ограничава само до услуги, свързани със същинската религиозна дейност в рамките на взаимоотношенията с вярващите, потребяващи тези услуги. В преобладаващия случай църквата си поставя по-широки цели, свързани най-вече с позитивното влияние върху обществото като цяло и дейностите, които правителствата извършват. В тази връзка те (правителствата) са "принудени" да съгласуват и да приемат нейните (на църквата) канони и доктрина. Това се отнася особено до организираниите от църквата благотворителни социални кухни, приюти за бездомни и сираци, борбата с алкохолизма и наркоманията и пр. При това, ползватели на тези услуги не е задължително да са вярващи и принадлежащи към съответната църква – организатор на благотворителността, т.е. формално, от гледна точка на религиозната/църковна икономика в тесния смисъл на думата, тези бенефициенти не са преки потребители и купувачи на религиозната услуга или стока.

Тези специфични религиозни услуги притежават редица особености, които дават основание на някои икономисти ((Iannaccone, 1998) да ги отнасят към т.нар. "клубни блага", отличаващи се със своето колективно производство и наличието на положителен външен ефект (мрежови ефект). От тази гледна точка за религиозните услуги, подобно на публичните блага с външен ефект, е характерен т. нар. проблем на "пътника без билет" [21], т.е. желанието на индивида да се ползва от тези блага, без да заплати за тяхното потребление. Поради това редица икономисти защитават тезата, че строгите ограничения по отношение на поведението на членовете на някои религиозни организации (предимно секти и малки религиозни общности) играят ролята на своеобразно пресяване (screening), отсявайки хората с ниско равнище на участие в живота на църковната общност, в резултат на което нараства съвкупната ползност на религиозната група (Iannaccone, 1992). На практика това производство и потребление на религиозни стоки и услуги, осигуряващо ползи не само на преките ползватели, но и на трети лица, може

да обозначим с икономическата категория "**вторичен ефект**". Основание за подобно дефиниране ни дават:

- На първо място фактът, че социално-икономическата дейност на религиозните организации не е ексклузивна само за нейните членове и последователи, но носи ползи и за тези, които са извън нея;
- На второ място, налице е т.нар. "морален" компонент в социално-икономическата дейност на религиозните организации. Участието на индивидите (физическите лица) и на фирмите (бизнеса), например, в благотворителните акции и социалната дейност на църквата дава позитивен сигнал за всички участници в общественно-икономическия живот, вкл. за всички стопански агенти. Някои автори обвързват и описват този ефект с твърдението на А. Смит, че религията, в частност религиозната икономика, повишава стойността на репутационния капитал (Anderson, 1988), респ. на репутационния потенциал, като възможност за привличане на ресурси за реализация на определени стопански решения и намерения;
- На трето място, социално-икономическата дейност на църквата в много голяма степен е сходима и се съотнася положително към социално ориентираното поведение на индивидите (Clark and Lelkes, 2009). Тоест, тя е един от компонентите, формиращи социално ориентираното поведение на членовете на обществото (благотворителност, милосърдие, взаимопомощ и пр. негови съставни елементи). В икономическата наука този "вторичен ефект", създаван от определени социално-икономически дейности, е известен като феномен на създаване на блага с положителен външен ефект [22], или на такива, които се счита, че могат да имат такъв ефект. **В религиозната/църковната икономика** тези допълнителни ползи, изразяващи се в своеобразен положителен външен ефект, са описани от Джоузеф Даниелс и Марк фон дер Рур при създадения от тях бизнес модел на растеж "Мегацърква" (Daniels and von der Ruhr, 2010).

Разгледаните по-горе методологични подходи (теорията за рационалния религиозен избор, подходът в рамките на теорията за потребителското поведение, подходът, свързан с теория на фирмата, и пр.) по наше мнение са правилни и изключително интересни за анализ на социално-икономическата дейност на религиозните организации и институции. Но според нас, тези подходи не могат да ни дадат аналитичния инструментариум за цялостната социално-икономическа дейност на религиозните организации и в частност на Църквата, респ. на БПЦ, тъй като този на икономикса на религията залага на теоретичния инструментариум на неокласическия рационалистичен микроикономикс, а останалите – на поведенческия икономикс. Затова тези подходи трябва да се допълнят с качествено ново равнище на изследване,

обобщавайки поведението на индивидуалните агенти (църкви, манастири и пр.) на равнище пазарна структура, т.е. като "производители" на специфични религиозни услуги и на същински пазарни стоки и услуги. В този смисъл взаимодействието между църквата и населението може да се разглежда като един особен пазар, където в зависимост от целите и характеристиките на стопанските агенти (продавачи и купувачи на религиозни услуги и на стоки и услуги от стопанската дейност на църквата) се формира и тяхното участие в общия стопански оборот. Най-пълно и точно цялостният инструментариум и съответната методология, по наше мнение, се съчетават в категорията "църковна икономика".

Заклучение

Църквата като икономически субект е един от стопанските агенти в икономиката на една страна. Така, както нестопанските организации формират т.нар. "третичен сектор", и от края на миналия век – наред с бизнеса, домакинствата и държавата, са пълноправен стопански агент в националната икономика, така и църквата в лицето на религиозните организации е неотделима част от стопанския оборот със свой реален принос в БВП.

Създаването на методология и система от индикатори, чрез които можем да оценим и анализираме религиозната/църковната икономика, е важен практически въпрос. Изграждането им изисква познаване на основните теоретични подходи и концепции при изследване на религиозната/църковната икономика, особено що се отнася до икономикса на религията и теорията за рационалния религиозен избор. И двата подхода обаче дават едностранчива представа за религиозната икономика.

Съгласно теорията за рационалния религиозен избор, доколкото религиозните потребности са почти постоянна величина (константа) във времето и пространството, то никакви, дори и най-дълбоките обществено-икономически и културни промени, не могат да отменят определени религиозни потребности. Тоест, от гледна точка на религиозното търсене, обществото не оказва никакво влияние и то не може да бъде негова детерминанта. Обясненията на този теоретичен постулат са обяснения в контекста на религиозното предлагане, в което предлагане на практика обществото отсъства. С други думи, в аналитичната схема на теорията за рационалния религиозен избор липсва един от най-важните стопански агенти, какъвто е държавата/правителството, както и нейното взаимодействие с религиозните организации/институции.

От своя страна, икономиксът на религията се опира предимствено на микроикономическата теория (конкуренция, търсене-предлагане, монопол и несъвършена конкуренция и пр.), за да даде обяснение за механизмите на религиозния пазар, оставяйки настрана макроикономическата проблематика, която би ни дала измерителния апарат за оценка и анализ на религиозната икономика.

От тази гледна точка ние въвеждаме различното в съдържателно отношение понятие "**църковна икономика**", което ни дава възможност да обхванем цялостната религиозна дейност в нейния социално-икономически аспект, която според нас, може да бъде обособена в три основни направления:

- **Същинска религиозна дейност**, при която социално-икономическият елемент в по-голямата си част е съпътстващ, т.е. косвен.

- **Стопанска религиозна дейност**, която включва църковните земеделски стопанства, търговски дружества за стопанисване на горите, дърводобив, строителство, арендоване на имоти и пр.
- **Социална религиозна дейност**, включваща църковните социални кухни, сиропиталища, старопиталища, здравни заведения и др.

Бележки:

[1] Под "Църква" в последващото изложение трябва да разбираме "Българска православна църква", тъй като, ограничавайки обекта на изследване в разумни рамки в последващи анализи и изследвания, да може да изпъкне действителната роля и място на Църквата в икономиката на България.

[2] Секуларизация – процес, в резултат на който различни области на социалния живот (като образование култура, възпитание, икономика, политика) постепенно се освобождават от контрола на християнската религия и стават независими от църковните институции (<http://technik.info/секуларизация>).

[3] "Църква и държава: европейски модели и практики на конституционно разделение" (изложение, подготвено от автора по поръчка на Парламентарната комисия по човешките права и въпросите на вероизповеданията – 18 февруари 2008 г.) (<http://feeds.feedburner.com/ReligionAndPoliticsInEasternOrthodoxy>, Posted 25th July 2013 by Daniela Kalkandjieva)

[4] Стенограма от 148-то заседание на 43-ото Народно събрание – София, петък, 15 януари, 2016 г., на въпрос на народния представител Явор Хайтов относно състоянието на източноправославните храмове в Република България – отговор на министър-председателя господин Бойко Борисов. "На въпроса Ви какъв е общият брой на местата за извършване на религиозни обреди на вероизповедания, във връзка с разпоредбата на чл. 6, Приложение № 1, т. 10 от Закона за държавния бюджет на Република България за 2015 г. на Дирекция "Вероизповедания" към Министерския съвет беше възложена задачата да се изработи картотека и регистър на религиозните храмове на всички религиозни институции, регистрирани в страната от Софийския градски съд – 145 бр. към 30 октомври. Изготвените картотека и електронен регистър обхващат всички регистрирани от Софийски градски съд религиозни институции към този момент." (<http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/51/ID/5476p>).

[5] Конфесия (лат. confessio – изповедание) или вероизповедание – особеност на вероизповеданието в рамките на определено религиозно учение. Терминът "конфесия" е синоним на определено направление в рамките на една отделна религия и понякога се отъждествява с термина "деноминация". Широко разпространено е мнението, че християнството се подразделя на три основни конфесии: католицизъм, протестанство и православие.

[6] По наше мнение, трябва да добавим термина социално-икономически феномен, тъй като категорията социален феномен изпуска от ползрение т. нар. църковна икономика, за която експертиза в България липсва, т.е. няма подобни изследвания.

[7] Според чл. 10. (1) Традиционно вероизповедание в Република България е източното православие. То има историческа роля за българската държава и актуално значение за държавния ѝ живот. Негов изразител и представител е самоуправляващата се Българска православна църква, която под името Патриаршия е правоприменик на Българската Екзархия и е член на Едната, Свята, Съборна и Апостолска църква. Тя се ръководи от Светия Синод и се представлява от Българския Патриарх, който е и Митрополит Софийски.

(2) Българската православна църква е юридическо лице. Устройството и управлението ѝ се определят в нейния устав.

[8] NORC's General Social Surveys – е независима изследователска институция към Университета в Чикаго, която осигурява надеждни данни и критични задълбочени анализи, за вземането на различни програмни, бизнес и политически решения.

[9] Деноминация – наименоvanие на религиозно вероизповедание. Така например, Християнската деноминация е идентифицируемо религиозно тяло под общо име, структура и доктрина в рамките на Християнството. Основни нейни клонове са Православие, Римокатолицизъм, ориенталските ортодоксални църкви, Англиканство и Протестантство.

[10] Journal of Economic Literature (JEL) – е тематичен класификатор, разработен от Journal of Economic Literature и представен на сайта на Американската икономическа асоциация (American Economic Association – AEA). Той представлява световно призната система от кодове за обозначаване тематиката на публикациите по икономика.

[11] "Църква и държава: европейски модели и практики на конституционно разделение" (изложение подготвено от автора по поръчка на Парламентарната комисия по човешките права и въпросите на вероизповеданията – 18 февруари 2008 г.)

(<http://feeds.feedburner.com/ReligionAndPoliticsInEasternOrthodoxy>, Posted 25th July 2013 by Daniela Kalkandjieva)

[12] Тази дефиниция е цитирана по Iannaccone, Laurence R. 1998. "Introduction to the Economics of Religion." Journal of Economic Literature 36(3): 1466, която е адаптиран вариант на определението, дадено от Родни Старк и Уилям Бейнбридж (Stark, Rodney and William S. Bainbridge. 1985. The Future of Religion: Secularization, Revival and Cult Formation, Berkeley: University of California Press), което изключва чисто индивидуалистичната духовност и метафизичното мислене, включително и някои варианти на будизма, които граничат с чистата философия; Вж. Roberts, Keith A. 2004. Religion

in Sociological Perspective. 4th edition. Belmont, CA.: Wadsworth Pub. Co, за други определения и дискусията за различията между "функционалната", "същностната" и "феноменологичната" дефиниция на понятието.

[13] Религиозните норми, например, забраняват на мюсюлманите да се занимават с лихварства, т.е. да получават доход под формата на лихва. Освен това, религиозна "забрана" има и по отношение на всякакъв род дейности, които са грях според религиозните норми – инвестиране в производството на алкохол, свинепроизводство и пр. бизнес дейности. Във всяка ислямска финансова структура има създаден собствен регулатор – шериатски съвет, който внимателно следи за чистотата на всички финансови процедури. Като правило мюсюлманските банки се включват в проектното финансиране, като инвестират средства в предварително проучени и селектирани бизнес организации, влизайки с определен дял в съответната компания и за сметка на това получават доход под формата на печалба, а не лихва. Ето някои ключови понятия на ислямските финанси:

Риба – даването на пари назаем при определена лихва, лихварство. Забранено от шериата и се смята за тежък грях. Ислямът осъжда печалбата, получена без труд.

Мурабаха – покупка от страна на банката на определена стока, напр. битова техника, автомобил, жилище и др., и последващата ѝ продажба на клиента. Може да се сравни с класическата ипотека или потребителски кредит при конвенционалните финанси. Потребителят купува стоката от банката на разсрочено плащане при предварително договорена надценка. По този начин финансовата институция получава печалба, а не лихва.

[14] Източник: Данни от регистър БУЛСТАТ за епархиите на БПЦ на територията на Република България; «източници на финансиране – такси за услуги с непаз. характер (изчисления на автора).

[15] Протестантството или протестантизмът е религиозно, християнско движение, възникнало в Европа от католицизма по време на Реформацията през 16-и век, което си поставя за цел духовната основа на християнството. Терминът е използван за първи път през 1529 г. от последователите на доктрината на Мартин Лутер в протест на прието решение от мнозинството католици на народното събрание в гр. Шпайер. Днес протестантството е едно от трите основни течения в християнството. Терминът покрива разнообразно множество от религиозни виждания, деноминации, личности и организации. Въпреки че няма никакви основни, универсални вярвания или практики, с които да се дефинира терминът "протестантство", най-общата дефиниция е, че "всяко християнско изповедание, което не е римокатолическо или източно-православно, е протестантско".

[16] Бел. моя – Християнството, наречено още евангелско протестантство, днес е доминиращо течение в протестантството по брой вярващи. Под това

наименование са обединени множество християнски вероизповедания от различни протестантски църкви, които имат следните общи черти: 1) на първо място – отделят специално внимание на личното обръщане в християнската вяра, следствие от личен избор, следствие от религиозен опит (среща с Христос) и включващо основна промяна в начина на живот ("да последваш Христос"). 2) на второ място – лична връзка с Бог, свързана с активното четене и следване на Библията. В днешно време като евангелистки се обособяват християните от всички протестантски течения (лутерани, презвитерианци, англикани, калвинисти, баптисти и дори малка част от католиците).

[17] Компенсаторите – това не са възнаграждения, а обещания за бъдещи възнаграждения при изпълнението на определени действия и ангажименти, заменящи/компенсиращи това, което не може да бъде получено и достигнато в този свят – "тука и сега". Компенсаторите по своята природа не са изключително религиозен феномен, те се използват също и от политическите и социални идеологии и движения. Компенсаторите биват два вида: първите са т.нар. "специфични компенсатори", обещаващи ограничен тип възнаграждение, като например, да се излекува болно животно или човек, да се постигне някакъв материален напредък и благополучие и пр.; вторите са т.нар. "общи компенсатори", обещаващи по-обобщени и глобални възнаграждения, като например, достигането на по-щастливо бъдеще за човечеството като цяло, ликвидирането на бедността и пр.

[18] Вж. Kahneman, Daniel – израело-американски психолог, един от основоположниците на психологическата (поведенческа) икономическа теория.

[19], [20] Вж. интервю с проф. Родни Старк, "Research on Religion", 05.05.2013, Rodney Stark on How Religion Benefits Everyone, Including Atheists – (<http://www.researchonreligion.org/christianity/rodney-stark-on-how-religion-benefits-everyone-including-atheists>.)

[21] Както в пазарното стопанство се произвеждат стоки и услуги, така и в публичното стопанство се произвеждат и предоставят за потребление публични блага, които гражданите "купуват" чрез плащаните от тях данъци. Финансовите средства за реализиране на целите на публичното стопанство са преди всичко данъците, събирани по задължителен и принудителен начин от доходите на стопанските субекти. Нежеланието на хората да участват в поддържането на тези блага се нарича "проблем на пътника без билет".

[22] Положителни външни ефекти или "положителни екстерналии" (spillover benefits) са положителните странични резултати от дадена дейност. Напр., положителният външен ефект от пчеларството е опрашването на растенията.

Референции:

- Смит, Адам. (1983), *Богатството на народите*, Партиздат, София.
(Smit, Adam. (1983), *Bogatstvoto na narodite*, Partizdat, Sofia)
- Беров, Хр. (2010), *Статистика за вероизповеданието в предстоящото преброяване*, 16.09.2010 г., <http://www.pravoslavie.bg/>
(Berov, Hr. (2010), *Statistika za veroizpovedanieto v predstoyashtoto prebroyavane*, 16.09.2010 g., <http://www.pravoslavie.bg/>)
- Василев Й. (2005), "Социалната, благотворителна и добротворна дейност на Българската православна църква 1915-1950 година", с. 48-72, сборник доклади, Обществено подпомагане и социална работа в България (История, институции, идеологии, имена), Благоевград, Университетско издателство "Неофит Рилски", 2005 г., <http://www.history.swu.bg/soc.htm>.
(Vasilev Y. (2005), "Sotsialnata, blagotvoritelna i dobrotvorna deynost na Balgarskata pravoslavna tsarkva 1915-1950 godina", s. 48-72, sbornik dokladi, Obshtestveno podpomagane i sotsialna rabota v Balgariya (Istoriya, institutsii, ideologii, imena), Blagoevgrad, Universitetsko izdatelstvo "Neofit Rilski", 2005 g., <http://www.history.swu.bg/soc.htm>.)
- Георгиева, Д. (2010), *Православните християнски братства в Неврокопска епархия (30-те – 40-те години на XX век)*. – В: Научни известия – Югозападен университет "Неофит Рилски". Правно-исторически факултет. ISSN: 1312-6385. - Г. VI, кн. 1-2 (2010)
(Georgieva, D. (2010), *Pravoslavnite hristiyanski bratstva v Nevrokopska eparhia (30-te – 40-te godini na XX vek)*. – V: Nauchni izvestiya – Yugozapaden universitet "Neofit Rilski". Pravno-istoricheski fakultet. ISSN: 1312-6385. - G. VI, kn. 1-2 (2010))
- Калканджиева, Д. (2007), *Българската православна църква и евроинтеграцията на България, Богословска мисъл*, 1-4/2007.
(Kalkandzhieva, D. (2007), *Balgarskata pravoslavna tsarkva i evrointegratsiyata na Balgariya, Bogoslovska misal*, 1-4/2007)
- Калканджиева, Д. (2013), "Църква и държава: европейски модели и практики на конституционно разделение" (изложение подготвено от автора по поръчка на Парламентарната комисия по човешките права и въпросите на вероизповеданията - 18 февруари 2008 г.). <http://feeds.feedburner.com/ReligionAndPoliticsInEasternOrthodoxy>, Posted 25th July 2013 by Daniela Kalkandjieva
(Kalkandzhieva, D. (2013), "Tsarkva i darzhava: evropeyski modeli i praktiki na konstitutsionno razdelenie" (izlozhenie podgotveno ot avtora po porachka na Parlamentarnata komisiya po choveshkite prava i vaprosite na veroizpovedaniyata - 18 fevruari 2008 g.). <http://feeds.feedburner.com/ReligionAndPoliticsInEasternOrthodoxy>, Posted 25th July 2013 by Daniela Kalkandjieva)

Методиев, М. (2010), *Между вярата и компромиса. Българската православна църква и комунистическата държава (1944–1989)*, София: Институт за изследване на близкото минало/Сиела, 2010, с. 652.

(Metodiev, M. (2010), *Mezhdu vyarata i kompromisa. Balgarskata pravoslavna tsarkva i komunisticheskata darzhava (1944–1989)*, Sofiya: Institut za izsledvane na blizkoto minalo/Siela, 2010, s. 652)

Методиев, М. (2012), Отделяне на църквата от държавата в България: исторически произход и съвременна практика, Свобода за всеки, бр. 31: Отношенията църква - държава след падането на комунизма - Октомври 2012, *svobodazavseki.com/broj-31/305-31-article-3.htm*,

(Metodiev, M. (2012), *Otdelyane na tsarkvata ot darzhavata v Bulgaria: istoricheski proizhod i savremenna praktika*, Svoboda za vseki, br. 31: Otnosheniata tsarkva - darzhava sled padaneto na komunizma - Oktomvri 2012, *svobodazavseki.com/broj-31/305-31-article-3.htm*),

Попова, Кр., (2003), Държавата и обществените грижи за възрастните хора в първите години на социализма в България, Известия на Катедра *Българска история и археология* и Катедра *Обща история* – ЮЗУ "Неофит Рилски" – Благоевград, 1/2003.

(Popova, Kr., *Darzhavata i obshtestvenite grizhi za vazrastnite hora v parvite godini na sotsializma v Bulgariya*, Izvestiya na Katedra Balgarska istoriya i arheologiya i Katedra Obshta istoriya – YUZU "Neofit Rilski" – Blagoevgrad, 1/2003)

Основы социальной концепции Русской Православной Церкви", <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422.html>, 12 сентябрь 2005 г.

(*Osnovy sotsial'noy kontseptsii Russkoy Pravoslavnoy Tserkvi*", <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422.html>, 12 sentyabrya 2005 g.9.Popova Kr., *Darzhavata i obshtestvenite grizhi za vazrastnite hora v parvite godini na sotsializma v Bulgaria*, Izvestia na Katedra Balgarska istoria i arheologia i Katedra Obshta istoria – YUZU "Neofit Rilski" – Blagoevgrad, 1/2003)

Anderson, G., Mr. Smith and the Preachers& The Economic of Religion in the Wealth of Nation // *Journal of Political Economy*, 1988, V. 96, №5, p.1066-1088.

Azzi, Corry and Ronald G. Ehrenberg. (1975), "Household Allocation of Time and Church Attendance," *J. Polit. Econ.*, 83:1, pp. 27–56, <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1642&context=articles>

Berger, P., (1967), *The Sacred Canopy: Elements of Sociological Theory of Religion*, Gardern City.N.Y.: Doubleday.

Biddle, Jeff E. (1992), "Religious Organizations," in *Who Benefits from the Nonprofit Sector?* Edited by Charles T. Clotfelter, Chicago: University of Chicago Press, pp. 92–133.

- Bowles, Samuel. (1998), "Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other Economic Institutions" *Journal of Economic Literature* 36 (1), March: 75-111.
- Bradley, Martin B., Norman M. Green, Jr., Dale Jones, Mac Lynn, and Lou McNeil. (1992), *Churches and Church Membership in the United States: 1990.*, Atlanta, GA: Glenmary Research Center.
- Clark, A. E., O. Lelkes. (2009), Let Us Pray: Religious Interactions in Life Satisfaction, Working Paper, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00566120/document>
- Daniels, J. P. and von der Ruhr, M. (May 2010) Subsidizing Religious Participation through Groups: A Model of the "Megachurch" Strategy for Growth, pp. 1-20, <http://www.asrec.org/wp-content/uploads/2015/10/von-der-Ruhr-and-Daniels-Subsidizing-Religious-Participation-through-Groups.pdf>
- Davis, James A. and Tom W. Smith. (1996), *General, Social Surveys, 1972–20086.* (machine readable file), NORC ed. Chicago, IL: National Opinion Research Center; <http://www.duluth.umn.edu/~dmartin/documents/2008GSSCodebook.pdf>.
- Elzinga, Kenneth G. (1989) "What is Christian Economics?" in *Christian Perspectives on Economics*. Robert N. Mateer, ed. Lynchburg, VA: Contem. Econ. & Bus. Assoc.
- Filipe Campante and David Yanagizawa-Drot. (2015), Does Religion Affect Economic Growth and Happiness? Evidence from Ramadan, , *The Quarterly Journal of Economics* (2015), 615–658., Downloaded from <http://qje.oxfordjournals.org/> by guest on October 10, 2016
- Finke, R. and Stark, R. (1992), *The Churching of America: Winners and Losers in Our Religious Economy*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Friedman, Benjamin M. (2011), "Economics: A Moral Enquiry with Religious Origins." *American Economic Review: Papers & Proceedings* 101(3): 166–170.;
- Friedman, Benjamin M. (2005), *The Moral Consequences of Economic Growth*. New York: Alfred A. Knopf.
- Friedman, Daniel. (2008), *Morals and Markets: An Evolutionary Account of the Modern World*, ed. by Palgrave Macmillan, Вж. също <http://www.palgraveconnect.com/pc/doifinder/view/10.1057/9780230614987>.
- Gay, Craig M. (1991), *With Liberty and Justice for Whom? The Recent Evangelical Debate over Capitalism*. William B. Eerdmans Publishing Company.
- Goldstein W. S. (2009), Secularization Patterns in the Old Paradigm, *Journal: Sociology of Religion*, vol. 70, №2, pp. 157-178, 2009.
- Hadaway, C. Kirk, Penny Long Marler, and Mark Chaves. (1993), "What the Polls Don't Show: A Closer Look at U.S. Church Attendance" *American Sociological Review* 58/6 (December, 1993), 741-752.

- Hirschman, A. (1970), *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organization and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Iannaccone L. (2006), (Department of Economics, George Mason University, Fairfax, VA 22030), Berman E. (Department of Economics, University of California at San Diego, San Diego, CA), "Religious extremism: the good, the bad, and the deadly", 2006, <http://econweb.ucsd.edu/~elib/rex.pdf>.
- Iannaccone, Laurence R. (1988), "A Formal Model of Church and Sect", *American Journal of Sociology*, 94, pp. S241-S268, (club theory and collective action).
- Iannaccone L. R. (1990), Religious practice: a human capital approach // *Journal for the Scientific Study of Religion*. 29 (1990), p. 297-314.
- Iannaccone L. (1992), Sacrifice and Stigma: Reducing Free-riding in Cults, Communes, and Other Collectives // *Journal of Political Economy*, 1992, V.100, №2, p. 271-291.
- Iannaccone L. R. (1994), Why strict churches are strong // *American Journal of Sociology*. 99 (1994), p. 1180-1211.
- Iannaccone, L. R. (1995), Risk, Rationality, and Religious Portfolios // *Economic Inquiry*. 38:2 (1995), p. 285-295.
- Iannaccone L. R. (1997), Skewness explained: a rational choice model of religious giving // *Journal for the Scientific Study of Religion*, 36 (1997), p. 1-57.
- Iannaccone, Laurence R. (1998), "Introduction to the Economics of Religion" *Journal of Economic Literature* 36(3): 1465-1495.
- Iyer Sriya, The New Economics of Religion, Faculty of Economics and St. Catharine's College, University of Cambridge, http://www.econ.cam.ac.uk/people/faculty/si105/Iyer_2015_%20JEL.pdf
- Keith N. Hylton, Yulia Rodionova, and Fei Deng (2008), "Church and State: An Economic Analysis", BU Law Working Paper 08-24, July 7, 2008, p. 1-48.
- Kuran, Timur. (1993), "The economic impact of Islamic fundamentalism," in M. Marty and S. Appleby (eds.), *Fundamentalisms and the State: Remaking Politics, Economies, and Militance* (Chicago: University of Chicago Press, 1993): 302-341;
- Landes, David S. (1998), *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are So Rich and Some So Poor.*, New York, Publisher W. W. Norton&Company.
- Montgomery J. (1996), Contemplations of the Economic Approach to Religious Behavior // *American Economic Review*, 1996, V. 86, №2, p. 443-447.
- Nelson, R. H. (2001), *Economics as Religion (from Samuelson to Chicago and Beyond)*, The Pennsylvania State University Press, University Park, Pennsylvania, 2001;
- Norris, Pippa. and Ronald Inglehart. (2004), *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Olds K. (1994), Privatizing the Church: Disestablishment in Connecticut and Massachusetts // *Journal of Political Economy*, 1994, V. 102, №2, p. 277-297.

- Oslington, Paul., Edward Elgar Publishing. (2003), *Economics and Religion* (The International Library of Critical Writings in Economics series), Edited by Paul Oslington, Professor of Economics, Australian Catholic University, Australia, v. 2, part II, *Economics of Religion*, 2003.
- Oslington, Paul, (2000), "A Theological Economics," *International Journal of Social Economics*, 2000, Vol. 27 Iss: 1, pp.\ 32-44.
- Patrick J. Welch and J.J. Mueller. (2001), "The Relationship of Religion to Economics," *Review of Social Economy*, Volume 59, 2001 - Issue 2, pp. 185-202.
- Pryor, Fred. (1990), "A Buddhist Economic System-In Principle," *American Journal of Economic Sociology*, 49:3, pp. 339-349 – (religion and individual economic behavior).
- Roberts, Keith A. (2004), *Religion in Sociological Perspective*. 4th edition. Belmont, CA.: Wadsworth Pub. Co.
- Siddiqi, Muhammad N. (1981), *Muslim Economic Thinking: A Survey of Contemporary Literature*. Leicester: Ed. International Centre for Research in Islamic Economics, Islamic Foundation.
- Spicard, J. V. (1998), Rethinking religious social action: What's rational about rational choice theory, 1998, Published in *Sociology of Religion*, 59/2: 99-115.
- Stark, Rodney and William S. Bainbridge. (1985), *The Future of Religion: Secularization, Revival and Cult Formation*, Berkeley: *University of California Press*.
- Stark, Rodney and William S. Bainbridge. (1987), *A Theory of Religion*, New Brunswick, New Jersey: *Rutgers University Press*.
- Stark, R. (1996), *The Rise of Christianity: A Sociologist Reconsiders History*, Princeton, New Jersey: *Princeton University Press*, 1996. p. 163-189.
- Stevens, Robert E. and David L. Loudon. (1992), *Marketing for Churches and Ministries*. The Haworth Press.
- Verrips, J. (1973 June) The Preacher and the Farmers: The Church as a Political Arena in a Dutch Community, 75 (3), *American Anthropologist*, 852-867.
- Warner S. R. (1993), Work in Progress toward a new paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States // *American Journal of Sociology*. 1993, V. 98. № 5, (March): pp. 1044-1093.
- Warner S. R. (2008), Parameters of Paradigms: toward a Specification of the U.S. Religion Market System, *Nordic Journal of Religion and Society* (2008), 21 (2): 129–146.
- Waterman, A. M. C. (1987), "Economists on the Relation between Political Economy and Christian Theology: A Preliminary Survey," *International Journal of Social Economics* 14(6): 46-68.
- <http://feeds.feedburner.com/ReligionAndPoliticsInEasternOrthodoxy>, Posted 25th July 2013 by Daniela Kalkandjieva
- <http://nationalcouncilofchurches.us/>
- <http://www.parliament.bg/bg/plenaryst/ns/51/ID/5476p>

ЦЪРКОВНАТА ИКОНОМИКА: ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ И ЕМПИРИЧЕН АНАЛИЗ

Резюме:

Стопанската дейност на религиозните организации и икономическите им взаимоотношения с останалите стопански агенти (домакинства, фирми и държава) са слабо изследвани, но от научна гледна точка представляват една изключително интересна сфера за анализ. Целта на това изследване е да се обосноват теоретичните основи на църковната икономика и да се направи емпиричен анализ на нейното функциониране и механизъм на действие. Същевременно в изследването се търси потвърждение на следната научно-изследователска теза: църковната икономика е важен елемент от националното стопанство, създаваща БВП и генерираща определена заетост, и като такава, на базата на съществуващите теоретически концепции, я дефинираме и определяме нейните съставни елементи и особености, което следва да ни послужи за създаването на методологически модел за нейното измерване и оценка.

На базата на теоретико-аналитичния подход са дефинирани категориите икономикс на религията и религиозна икономика (икономика на религиозната дейност), като въвеждаме различното в съдържателно отношение понятие "църковна икономика", което ни дава възможност да обхванем цялостната религиозната дейност в нейния социално-икономически аспект. Данните за социално-икономическата дейност на църквата са на първо място, ограничени и ненадеждни. Официалната статистика събира много тесен кръг информация за дейността на религиозните организации. Въпреки този ограничителен параметър, е направен първи опит в българската икономическа литература за теоретико-емпиричен анализ на църковната икономика.

Ключови думи: икономикс на религията (Economics of religion), религиозна икономика (Religious economy), църковна икономика (Church economy), теория за рационалния религиозен избор (rational religious choice theory), теорията за религиозното предлагане (religious supply-side theory), религиозните блага (religious goods), теория за религиозния човешки капитал (religious human capital theory).

JEL: Z12.

CHURCH ECONOMY: THEORETICAL BASICS AND EMPIRICAL ANALYSIS

Abstract:

The business activity of religious organizations and their economic relations with other business agents (households, companies, the state) have been poorly studied but from a research perspective they represent an exceptionally interesting field for analysis. The purpose of this study is to substantiate the theoretical basics of church economy and do an empirical analysis on its functioning and its mechanism of action. At the same time, the study will also search for confirmation of the following research thesis: namely, that church economy is an important element of national economy, creating GDP and generating certain employment and as such, on the basis of existing theoretical concepts, we will define it and determine its components and peculiarities, which will serve for the creation of a methodological model of its measurement and evaluation.

The categories of economics of religion and religious economics (economics of religious activity) have been defined on the basis of the theoretical-analytical approach, and the different in meaning term "church economy" has been introduced, which gives us the opportunity to encompass the overall religious activity in its social-economic aspect. The data about the social-economic activity of the church are, first and foremost, limited and unreliable. Official statistics collect a very limited circle of information about the activity of religious organizations. Despite this restrictive parameter, the first attempt in Bulgarian economic literature for a theoretical-empirical analysis of church economy has been made.

Key words: economics of religion, religious economy, church economy, rational religious choice theory, religious supply-side theory, religious goods, religious human capital theory.

JEL: Z12.