



Как да превърнем недвижимото имущество в бързо ликвиден капитал – HOUSE FLIPPING

Тереза ИГНАТОВА¹; Веселин ДЕКОВ²

¹ „ХОУМ СТАЙЛ ЕНД ПРОДЖЕКТ“ ЕООД, Варна, България, teresaignatova@yahoo.com

² ORCID iD 0009-0001-0112-510X, Икономически университет – Варна, България, vdekov@ue-varna.bg

DOI: doi.org/10.56065/wax1fc14

Резюме:

JEL:
L74; E22

Настоящата статия изследва възможностите за превръщане на недвижимото имущество в бързо ликвиден капитал чрез прилагането на инвестиционната стратегия house flipping, анализирана в контекста на съвременните модели за доходност от недвижими имоти. Основната цел е да се проследи потенциалът на „флипинга“ като инструмент за ускорено генериране на ликвидност и печалба, както и да се изведат ключови фактори за успешното му приложение в българската пазарна среда. Методологически изследването стъпва върху сравнителен и логически анализ на три стратегии за управление и капитализация на недвижимо имущество – Buy-and-hold, Airbnb и House flipping, като акцентът е поставен върху последната. Използван е сравнителен подход между практиките в България и САЩ по отношение на финансирането, пазарната среда, ролята на локацията, времеви фактор, професионалната експертиза и интериорния дизайн. Резултатите показват, че house flipping притежава значителен потенциал за приложение в България поради наличието на подценени имоти, сравнително ниски разходи за труд и възможности за добавяне на стойност чрез реновация, дизайн и стратегическо позициониране на имота. Счита се, че успехът на стратегията зависи от професионалното финансово планиране, правилния подбор на имота, ефективното управление на ремонта и способността на инвеститора да трансформира пазарните дефицити в конкурентно предимство.

Ключови думи:

Капитал, инвестиции, стратегии

Цитиране:

Игнатова, Т., & Деков, В. (2026). Как да превърнем недвижимото имущество в бързо ликвиден капитал – HOUSE FLIPPING. *Строително предприемачество и недвижима собственост = Construction Entrepreneurship and Real Property*, 3(1), 117–131. <https://doi.org/10.56065/wax1fc14>

Copyright © 2026
от автора/
авторите

Основната инвестиционна дилема пред собственика на недвижимо имущество се проявява в противопоставянето между пасивното управление на инвестиционния портфейл и стремежа към устойчиво дългосрочно нарастване на капитала. Това поражда редица въпроси пред потенциалния инвеститор, свързани с подбора на подходяща стратегия за управление на капитала (Yovkova, 2017, pp. 13-14) и реализиране на инвестиционна възвръщаемост. И ако първата стратегия блокира капитала в активи („wealth building“), придобити с очакване за евентуална бъдеща възвръщаемост посредством реализиране на еднократна печалба, то всяка друга алтернатива позволява гъвкаво управление на финансовия ресурс, осигуряващ така необходимата пазарна ликвидност и генериране на доход („income generation“; Hayes, 2024). Затварянето на активи поставя инвеститора в позиция на наблюдател на процесите ерозиращи стойността му посредством естествените процеси на изхабяване т.е. натрупване на амортизационни отчисления, а и инфлационната динамика не следва да бъде подценявана. Промяната на инвестиционната философия (в частност на българския инвеститор) би могла да го накара да се разграничи от позицията си на наблюдател такава на активно боравещ със своите капитали (създател на стойност) и в такъв, припознаващ се в успеха на деен пазарен агент. Нека имаме предвид и факта, че неясното бъдеще като резултат от динамиката на пазарната среда прави ликвидните парични потоци много по-ценни от процеса на еднократно генериране на печалба от „затворен“ актив. Реинвестирането на генерираните положителни резултати гарантира сигурна цикличност на капитала на всеки мислещ инвеститор, дори нивото на ликвидност да не отговаря на очакваните равнища.

Настоящият труд има за цел анализира практики, които стъпка по стъпка успяват да намерят своето място в европейската действителност, при реализиране на недвижимо имущество, при инвестиране и последващо менажиране на същото в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен аспекти.

И тъй като фокусът е поставен върху инвестиционните стратегии на инвеститори/собственици/строители/ентузиасты, стратегиите могат да бъдат анализирани в три основни направления, а именно:

- краткосрочно и средносрочно отдаване под наем от типа Airbnb (*с водещ фокус върху инвеститора, собственика, дизайнера*) се възприема като инвестиционна стратегия.
- Home staging / изграждане на мострени жилищни площи (*с водещ фокус върху строителя, дизайнера*), е по-скоро поддържаща маркетингова стратегия, отколкото инвестиционна такава.
- Real estate (house) flipping / инвестиране (*с водещ фокус върху дизайнера, ремонтната бригада, оценителя*) отново възприета като инвестиционна стратегия.

И трите механизма набират своята сила по пътя към потребителите на подобен тип услуги у нас в България, но особено впечатление прави първият. И трите стратегии попадат в групата на онези, които са носители на бърза възвръщаемост (Immediate value-add), което ги прави предпочитани стратегически прийоми в много други страни, с фокус към малкия инвеститор, който не съществува в границите на определена правна рамка.

Нека анализът измести за момент фокуса си върху българската практика. Всеки инвеститор-строител се е сблъскавал поне веднъж, с предизвикателството да притежава недвижим имот с физически характеристики (нисък етаж напр.), които възпрепятстват последващите стъпки на монетизиране на същия. Това налага излизане на инвеститора извън традиционната рамка на търговец и имплементирането му в позиция на мениджър на активи. Тази необходима трансформация превръща пасивната собственост в алтернативен източник на капитал.

Модерното съвремие обаче не позволи на активите да останат пасивни. И ако ерата на Airbnb е нещо познато и напълно семантично изчерпано от своя замисъл извън страната ни, то у нас същият чертае нови хоризонти по своя собствен път на трансформация на целесъобразността. Идеята на Брайън Чески и Джо Гебиа поставя фокуса върху предлагане на жилища, като алтернатива на хотелите. У нас тези идеи получиха своята естествена трансформация, пречупвайки неотдаваемите под наем жилищни площи в air bed and breakfast, само че буквално. Разбира се, тук визията е насочена към мисленето на масовия собственик на имот, който често разчита на рентабилност от недвижима собственост, в която, е налице дефицит на професионална инвестиционна култура.

Ерата на стандартното хотелско настаняване като че бива изместена от свободолюбивия дух на пътуващите, а и все повече на собствениците на имоти. Ако собствениците на недвижими активи търсят по-високи нива на атрактивност от хотелската база, не само във финансов аспект, но и от гледна точка на възможността за привличане на клиенти, то тяхната собственост следва да е носител на известна доза атрактивност и привлекателност. Във времена, в които визуалното възприятие определя когнитивното вземане на решения, визуално-атрактивните имоти водят с крачка напред пред всички останали на пазара. Както беше отбелязано по-горе, основният фокус на подобен тип имоти се поставя върху собственика, неговите решения и инвестиционни намерения. Действителността обаче води до срещи с такива, които нямат критично мислене по отношение на дизайна на такъв имот. Какво се има предвид – собствениците често разчитат на наличието на актив „по дефолт“ избягвайки ролята на дизайнера и смисъла от изграждането на инвестиционна стратегия. Практиката на управление на подобен тип имот обаче изисква от притежателя му известна доза усилия, съобразени със сезонността на туризма, динамиката на посещаемост, типа посетители, ясно изградената финансова стратегия за това и пр. и пр. Но нека фокусът бъде изместен още веднъж в посока инвестиционното мислене на собственика – доверяването на имота в ръцете на интериорен дизайнер носи своите предимства в няколко направления:

Интериорните решения от професионалист са съвременен маркетингов инструмент за успех. Професионалното моделиране на дома изгражда разпознаваема визия, която доминира над „стандартната“ такава в общата маса от генерирани изображения на имоти. На второ място, тенденциозното ангажиране на атрактивни имоти с цел лесно имплементиране с визията на големите социални платформи. Ако даден имот е Instagram (mable), то вероятно е вече успешен, независимо от своята локация, цена и друг тип фактори, попадащи в ограничителните филтри на масовия потребител на подобен тип услуги. На трето място, акцентът може да се постави на

усещането за „изживяване“. Емоционалната обвързаност на собственика на имот все повече детерминира превес на изживяването над познати детерминанти като локация и цена. В този ред на мисли се наблюдава еволюция в ролята на дизайнера от субект, задоволяващ еkleктичните индивидуални потребности на клиента, до такъв насочващ клиентското мислене към все по-функционални решения съобразени с индивидуалния профил и архитектурни дадености на даден обект.

Динамиката на пазара, и особено глобалните сътресения в периода на COVID-19 доказва, че оперативната адаптивност на строителите в съчетание с когнитивната промяна в мисленето на собствениците на имоти, са адекватен отговор, гарантиращ бъдеща капитализация на инвестицията. Очакването за събитийност с неясен характер и последици би могла да насочи вниманието ни към прилагане на адекватни и бързи промени, съответстващи на пазарната обстановка, докато интересът към непродаем имот може да бъде източник на доход единствено и само за времето на своята продажба.

Въпреки това, изследването няма за цел да убеждава строителните търговци (юридически инвеститори) да преквалифицират моделите си на труд, а по-скоро да загатне за онези добри практики, които биха могли да допринесат за благоденствието на всеки търговец в динамиката на съвременното и неговите особености.

Настоящото изследване поставя акцент върху Real estate house flipping както и към възможностите за неговото приложение както в комбинация със стратегии, свързани с Airbnb и Home staging, така и в неговата класическа форма.

Придобиването на имот с неатрактивни качества не е гаранция за неуспех – нито в продажбата, нито в менажирането и генерирането на доходност от него. Обновяването на подобен тип имот с фокус върху отдаването му като Airbnb изисква изграждането на атрактивно пространство, което може само да покрие инвестицията в него, а последващата му продажба до генериране на нови парични потоци. Визуалната атрактивност на имота, историята на клиентските отзиви, лично-дизайнерската намеса и подход, оптимизираното генериране на доходност, като имот под наем, дава възможност на купувача същият да бъде припознат като жилище използвано за лични нужди и/или като такъв, с разпознаваема визия и доказана доходност, който да бъде преотдаван и използван като пасивен източник на такава.

И ако „флипингът“, посредством Airbnb може да намери своето място в групата на стратегиите, целящи бърза инвестиционна възвръщаемост, то „флипингът“ в класическият му вид би могъл да попадне в графата на стратегии, целящи бързи печалби.

„Флипингът“ не е нова или напълно непозната стратегия. Той резултира в Европа като част от времевите, мулти-културните, инвестиционно-предприемачески и стратегически лагове, регулаторните рамки и пр. между САЩ и Европа. И ако подобна практика на ревитализация е утвърдена практика отвъд Океана, то у нас същата се определя като нов инвестиционен модел. Либералната административна рамка на Щатите винаги е давала превес над консервативното възприятие на европейца. Вероятно заради по-рисковия предприемачески дух, вероятно на единността на пазара на

континента, несъмнено прогресивна адаптация е налице. Реалността обаче доближава инвеститорите все повече и все повече до това ново предизвикателство, наречено „флипинг“.

Едно от най-разпознаваемите лица в този бизнес е Кент Клотийър (Kent Clothier). Той успява да разпознае онези имоти, които са носители на ясно изразени дефицити в търговски аспект, които биват реновирани от инвеститор и препродавани с цел бързи печалби. Но реализирането на финансови плюсове зависи от множество фактори и обстоятелства. Възможността за отстъпка от цената на избрания имот (особено ако същата превишава стойността на ремонта) е начин за създаване на стойност в полза на инвеститора под формата на печалба (Forbes Business Council, 2021).

Но, за да „преобърнеш“ (от англ. „flip“ – обръщам) един такъв имот е необходимо да бъде спазено правилото на трите П-та: *Place* (Местоположение), *Price* (Цена) и *Potential* (Потенциал). Дългогодишния опит на американския пазар доказва предимствата на местоположението като основа за успешна инвестиционна стратегия. Повишаване стойността на имота, от гледна точка на инвеститора, се постига чрез придаване на стойност на същия, посредством *икономии от мащаба* т.е. чрез мащабно строително предприемачество. Тази стратегия резултира в закупуване на огромни площи, които биват продавани под формата на индивидуални парцели. Няма причина подобен тип стратегическо планиране да не бъде трансформирано в успешна инвестиционна стратегия и по отношение на имоти подлежащи на бъдеща трансформация.

В нашето съвремие извличането на непарична ползност от имоти с историческа значимост превръща икономическия капитал в инвестиция носител на символен, културен и психологически отънък. Българският пазар все още не може да метрифицира „флипинг“ – ефектите от културната ревитализация, тъй като същият все още не може да различи инвеститори капитализиращи в имоти с технико-икономически параметри (локация, ликвидност), спрямо онези които хедонистично инвестират в история, в контрапункт на повсеместната архитектурна типизация.

Независимо от случващото се около нас, „флипинга“ успява все по-усърдно да търси своя път на достъп до българския купувач. В резултат от това, могат да бъдат маркирани някои от неговите предимства в България:

1. *Огромен фонд застояваща и/или „забравена“ инфраструктура и имоти – особено в селските райони.*
2. *Нарастващите темпове на растеж на пазара на недвижими имоти.*
3. *Все по-нарастващ дял на онази част от населението, която цели избягването на моментът при придобиване на нов имот „наем-заем“.*
4. *Възможност за избягване на момента „има ли майстор за това и онова...“.*
5. *Сравнително ниски разходи за труд и работна ръка.*
6. *Липса на тежки правни регулации по отношение на реновационните и ремонтни дейности (Чл. 151, ал. 1, т. 1 от Закона за устройство на територията (ЗУТ) дефинира незадължението от уведомяване на общинските структури при извършване на ремонтни дейности).¹*
7. *Ниска цена на „забравени имоти“, особено в извънградските райони на страната.*

8. *Силна тенденция на „отлив“ на населението от урбанизираните градски части в търсене на спокойствие и уют.*

Разбира се, не биха могли да бъдат анализирани предимствата без наличието на очаквани рискове и недостатъци от подобен тип инвестиция, а именно:

1. *Избягване на ползите от намесата на интериорен дизайнер би направило имота „неатрактивен“ за днешното мислене, особено в непривлекателни райони.*
2. *Риск от неизползване на професионални екипи и/или непознаване на техните възможности и квалификационни натрупвания.*
3. *Наличие на „скрити“ проблеми, които са останали незабелязани при огледа на имота.*
4. *Липса на адекватно планиране на разходите и/или създаване на нереалистични очаквания от страна на реноватора за последваща продажба на имота.*

Народопсихологическата същност на българския инвеститор идентифицира високи нива на ирационалност, част от културноисторическите натрупвания резултиращо в прилаганите от тях инвестиционни стратегии. Въпреки това днешното съвремие успява да преодолее издигнатите с годините психографски бариери, което несъмнено води до превес над възприятието за самостоятелно реновиране на подобен тип имоти².

Успехът на „флипването“ се ражда чрез проява на професионализъм от страна на всеки участник по веригата – от момента на придобиване на имота до момента на неговата реализация.

Професионализмът следва да бъде проявен на няколко основни нива, а именно:

1. *Наличие на група експерти, запознати с местното законодателство и специфики (те биха могли да подобрят ефективността и способността за времево адаптиране на проекта според нуждите на потребителя).*
2. *Наличие на квалифицирана строителна бригада и/или компания с успешни проекти и репутация. Собствените усилия биха могли да дадат възможност за намаляване разходите в този аспект.*
3. *Ясна представа за предпочитаните типове имоти и поставяне на фокус върху удовлетворяване на потребителското търсене в тази посока. Добро познаване на района и добра информираност за очаквани подобрения на средата (нови търговски обекти, нови метро-станции и пр.), биха могли да бъдат опционен предимство не само пред останалите инвеститори в такъв тип имоти, но и гаранция за по-висок дял на търсенето насочено към проектите на последните.*
4. *Добър оценител, който да предложи добра стратегия и адекватно планиране на разходите, което да спомогне за изграждането на финансово атрактивен имот както в инвестиционен план от страна на „флипъра“/инвеститора, така и за страната на купувача.*
5. *Търпение – емоционалното инвестиране в имоти с цел „флипване“ би могло да се превърне в нереализируем проект.*

Финансовото планиране е съществен компонент от флипинг стратегията на инвеститорите.

И тъй като „флипването“ е процес, който е добре познат в Щатите, една

съпоставка между американската и българска практики, могат да допринесат за подобряване полезността на настоящия анализ. Наред с това Chincso и Mayer (2016) доказват, че оптимизирането на разходите спрямо очаквания марж на възвръщаемост от реновиране на имот са в основата на доброто планиране на подобен тип дейност отчитащи ускорена капиталова обръщаемост.

Ипотекирането на имот (и в Щатите и в България) среща множество доктринални еднаквости по отношение на обезпечителните правомощия на собственика, въпреки наличието на неизменни специфични регионални различия като например настъпването на пълнолетие. По смисъла на нормативната уредба откъд Океана не съществува максимална възраст за кредитиране (Equal credit opportunity act – ECOA), която забранява дискредитиране на кредитоискателите по възраст у нас също липсва максимално ограничение за това. Възрастта на кредитоискателите е възможно да компрометира, до известна степен, сроковете на възвръщаемост на кредита, но това не е определящ фактор за придобиването на собственост. На родна земя, лица, които нямат навършена 35-годишна възраст (или поне единият член на „младо семейство“ не е навършил посочената възраст), ползват лихвени облекчения, когато главницата на банковия заем не надвишава 100 000 лв. В Щатите такива облекчения се предоставят по отношение на приспадания в данъчната основа (Itemized deduction) в годишното облагане на лицата ползватели на привлечени капитали, само ако главницата по кредитирането не надвишава \$ 750 000.

Развитият „флипинг пазар“ в САЩ е създал редица банкови продукти, които десетилетия наред са доказателство за гъвкавата ефективност на държавата спрямо инвеститорските намерения и желания.

Заемите с твърдо обезпечение (Hard money loans) поставят фокус върху стойността на имота, а не върху кредитната история на кредитоискателите, най-често частни компании, а защо не и такива, които навлизат на пазара на подобен тип имоти. На обезпечение подлежи самия имот, а процедурите по отпускане на заема са кратки – 5-10 дни, което е от изключителна важност за оперативната адекватност на целия процес. Сроковете за кредитиране са кратки от 6 до 24 месеца т.е. само и единствено за срока на обновяване и реализиране на имота.

Изключително важен фактор при финансирането на подобен тип инвестиция е т.нар. after repair value (ARV). Какво означава тя: Това е стойността на имота след „флипинг“, т.е. очакваната стойност на същия в най-добро и продаваемо състояние. Оценител установява, че възвръщаемата пазарна стойност на имота след „флипане“ е 300 000 единици. Банката обикновено финансира до 70 % от ARV т.е. 210 000 единици. На практика имотът е придобит на 150 000, а направените подобрения възлизат на 70 000, с което стойността нараства до общо 220 000 единици. 10-те единици в повече остават инвеститорско самоучастие. Финансиране до предварително оценените пазарни нива на имота е гаранция за възвръщаемост при продажба от страна на банката.

На противоположната страна в България, са позиционирани възможности за финансиране от типа потребителски овърдрафт кредити, ипотечни кредити за инвестиционни цели и лични заеми и/или спестявания. На пръв поглед ипотечни кредити за инвестиционни цели звучат като добра алтернатива за

подобен тип бързи „флипинг сделки“, обаче практиката не показва точно това. В България самоучастието в подобен тип сделки между инвеститори и банка са значително по-големи. Ако самоучастието за ипотекане на жилищен имот варира между 10-15%, то за инвестиционен такъв попада в границите между 20 до 40%. Основна спирачка пред банките се оказват високите и често „нездравословни“ нива на коефициента резултат от съпоставката между дълг-доход, а и кредитната история не е процедура, която се пренебрегва от кредитиращата банка. Автоматично и очевиден българският кредитен инструмент не може да се сравни с гъвкавостта на кредитодателите в Щатите.

Подобно на предходната категория кредитни продукти, приоритетна позиция заемат и заемите с твърдо обезпечение (Hard money loans). Това са специализирани кредити за ремонт (Fix-and-flip/rehab loans), базиращи същността си в подпомагане възможностите за бюджетиране на инвеститорите при закупуване или подобренията на избран имот. Основната разлика произтича от това, че при първите, финансирането е еднократен акт, докато при този тип специализиран банков продукт, отпускането на финансови средства става на етапи т.е. на отделни парични траншове, след експертна инспекция на вече завършен такъв. У нас не съществува подобен банков продукт или аналог на същия. Счита се, че е възможно да бъдат колаборирани два от познатите ни продукти – инвестиционен кредит за юридически лица (за финансиране стойността на имота – може да бъде отпускан на етапи) в съчетание с овърдрафт (обновяване и ремонт т.е. за оборотни средства). Двата продукта обаче носят доза противоречие от гледна точка на време и олихвяване – дългосрочният нискоолихвен инвестиционен кредит и високоолихвения краткосрочен овърдрафт превръщат тази продуктова комбинация в сложен финансов механизъм, изискващ допълнителни усилия при планиране на очакваните разходи и последваща възвръщаемост.

Съединените американски щати продължават да доказват широкогледство в предлагането на кредитни продукти посредством предоставяне на кредитни линии, обезпечени с ипотека върху недвижими имоти т.нар. HELOC (Home equity line of credit). Подобен тип инвестиционни стратегии са изключително гъвкав механизъм, подходящ за „флипъри“ на имоти, особено онези, които не съществуват под определен правно-индустриален статут като компания или някакъв тип дружество т.е. не оперират като юридически единици. Идеята на подобен тип финансиране е отпускане на кредитна линия до размера на капитала, необходим за даден имот, като обезпечение е самият актив. И този инструмент попада в групата на ипотечните модели за финансиране чрез определяне на максимален лимит и финансиране до 85% от стойността на избрания имот. Олихвяват се само онези средства, които кредитоползвателя използва реално при инвестиция в даден имот. И ако този финансов инструмент е насочен по-скоро към физически лица, притежатели на лични капитали в САЩ, у нас съществува идентичен кредитен продукт под формата на овърдрафт за юридически лица. Същият се обезпечават с активи на компанията, но в случай, че предприятието извършва дейност по „флипане“ на имоти (или направи пререгистрация в тази посока), би могъл да се окаже приемлива опция за финансиране на подобен тип дейност. И ако американските компании финансират многократно етапите от „флипинга“, то

в България компаниите разчитат и разполагат единствено и само с максимално разполагаема сума по кредитната линия. Ползването на овърдрафт, предназначен за финансиране дейностите на физически лица у нас, е практически неприложима практика във „флипинга“, тъй като обезпечението се гарантира със средствата от паричното възнаграждение на кредитоискателя като средство за погасяване на заема.

Краудфъндинг (Crowdfunding) с цел „house flipping“ (Real estate crowdfunding for fix-and-flip) е една от най-съвременните и иновативни форми за финансиране на определена дейност. За разлика от по-горе анализирани кредитни модели, които в основата си залагат на кредитиране от дадена финансова институция при спазване на множество условия, „краудфъндингът“ набира средства посредством създаване на промотирани в широки граници кампании, реализирани чрез онлайн платформи като Fundrise, CrowdStreet, RealtyMogul. Инвеститорите са изправени пред различни възможности произтичащи от спецификата и организационната форма на финансовия модел, а именно: дългов (кредитен) „краудфъндинг“ (Debt crowdfunding) – модел с фиксирана лихвена възвръщаемост в полза на инвеститорите (предимно физически лица) и достатъчна доза сигурност гарантирана от обезпечението на самия имот и дялов „краудфъндинг“ (Equity crowdfunding) – по-рисков за инвеститорите финансов инструмент, в който, подобно на капиталово дружество те притежават част от капитала на „флипа“, носейки отговорност и за генерираните печалби, но и на натрупаните загуби. Диверсифициране на рисковете в различно-рискови „флипове“ би довело до компенсирани на загубите от даден имот с печалби от друг с висока възвръщаемост на инвестицията.

Психологическото въздействие на локацията е била, а и вероятно винаги ще бъде от определящо значение за този тип индустрия. Специалисти в бранша твърдят, че ако инвеститорите успеят да прогнозират бъдещия потенциал на даден район, в 18-месечен времеви хоризонт, то същата е изправена пред реалната възможност да се обособи като зона, благоприятстваща „флипане“ на имоти. Качеството на инфраструктурната среда (адекватна транспортна мрежа, канализация и пр.), нивото на престъпност, достъпът до транспорт, наличието на удобни места за почивка (паркове, ресторанти, спортни комплекси, фитнес зали, басейни) вероятно са малка част от изискванията, които стоят в приоритетния лист на купувача на подобен тип имот. Но всичко това, в нашата българска действителност, вероятно може да остане леко встрани, предвид тенденциите, в последните няколко години, в които отчитаме отлив на желаещи да живеят в урбанизираните градски райони. Промяната в народопсихологическите нагласи и оттеглянето от градската среда принуди населението да ускори вътрешномиграционни процеси въз основа на редица социално-икономически фактори, които не са тайна на съвременното общество.

Основна причина за *субурбанизиране на градовете* (изтегляне към приградските части или близките села) и все по-голямата липса на пространство, много ниски нива на разходите за живот, възможност за достъп до спокойна среда и достъп до природата.

Парадоксалното в случая произтича от *когнитивния дисбаланс* по отношение на общественото мислене водещо до следните парадокси, а именно:

- Икономически нестабилната част от обществото предприема вътрешно „бягство“ от селата към градовете (тенденция, която остава непроменена в последните 30-40 години) и покупка на имоти със завишени цени често в райони с липсваща инфраструктура. Изграждането на нови квартали, бързите строителни темпове, „бавната и тежка“ административна машина превръщат „атраktivните“ градски райони в безсмислена битка за нормално съществуване. В профила на този тип инвеститори се припознават такива икономически агенти, за които притежаването на жилище в града, дори в периферията, е тип когнитивен буфер, който ги предпазва от страха от социална-икономическа изолация, дори при явното създаване на илюзорна представа за по-добър живот.

В тази икономическа категория попадат инвеститори от среден клас, както и емоционално-импулсивни хора, които търсят икономическа стабилност и просперитет залагайки бъдещето си в имоти в „развиващи се квартали“, отколкото в такива чиито потенциал зависи от тяхната лична представа за това. Често те са търсачи на илюзорно „градско благополучие“, от което се възползва строителната среда, а тях самите излага на въздействието ѝ като ги прави податливи на високи цени съчетани с несигурно развитие именно на същата инвестиционна среда.

- Икономически стабилни икономически агенти предприемащи вътрешна миграция в посока от градове към близки села, придобиващи евтини имоти, с наличие на занемарена и компрометирана, но съществуваща инфраструктура предлагащи възможности за по-лесното ѝ трансформиране в атраktivна и привлекателна. Този тип инвеститори търсят пространства с големи дворове и възможности за изграждане на хоум офис. Подобен тип инвеститори са привърженици на пространствената автономия избягвайки конвенционалните пространства. Те търсят едновременно удобството на големия имот, близостта до града в съчетание със спокойствието на извънградската среда. В профила на подобен тип инвеститори бихме припознали по-скоро млади семейства, млади специалисти и пр.

И двата типа икономически агенти е възможно да бъдат оставени във фокуса на българския „флипър“ на имоти. Диверсифицирането на възможностите за „флипане“ следва да бъдат „отворени“ за всеки, който идентифицираме в някой от гореизложените профили, до появата на нов такъв, разбира се. Бързото разпознаване на *психологическия импулс* на търсещия икономическа принадлежност и статус успоредно с профила на онези, които целят да принадлежат стойност към личния си живот и битуване са добри знаци, че клиентите принадлежат към настоящата българска действителност. И ако за първия тип „флипърите“ могат да зложат по-скоро на спекулативната илюзорност за добре развита градска среда (спекулативен „флипинг“/city status flipping) и бъдеща икономическа интегрираност в нея, то за втория, добавената стойност на субурбанизирания „селски лукс“ (Suburban lifestyle flipping) е в основата на обмислената необходимост от стойностна капитализиране на бъдещото пространство с фокус върху него, а не върху средата и местонахождението му.

Менажирането на времевия фактор изисква може би най-много знания, умения и усилия от страна на всеки решил да влезе в ролята на инвеститор. Времето при ускорена капиталова ротация на имот може да се окаже жизненоважно за цикличността в процесите на генериране на нов капитал.

Едно от най-разпознаваемите лица в този бизнес и Кент Клотийър (Kent Clothier, n.d.-a). Той твърди, че времето за действие е сега, но същото е резултат от дългосрочна стратегия изграждаща езекутивна готовност. Клотийър работи на принципа на т. нар. обратно посредничество на едро (Reverse wholesaling) (Kent Clothier, n.d.-b) – изключително добре позната и разпространена стратегия в Щатите. Ако посредничеството на едро в смисъла си включва покупка на обезценен имот (Distressed property) и чрез клауза в договора за покупка „флипъра“-инвеститор прехвърля собствеността на купувач-инвеститор (cash buyer). Посредникът („флипърът“) печели от разликата между стойността, която иска продавача и тази, която изплаща купувача-инвеститор. В този ред на мисли Reverse wholesaling работи точно наобратно. То се проявява в изграждането на устойчива мрежа от инвеститори, които имат високо ниво на доверие към дейността и преценката на „флипъра“ на съответния имот. Но и тук е желателно да се обърне внимание на психологическата същност на конкретния инвеститор поставяйки го на първо място спрямо имота, което неминуемо намалява стресовите нива на произтичащи от времевия риск свързан с реализиране на имота.

Доверието и удовлетвореността се явяват своеобразен противовес на несигурността и компрометираната пазарна среда. Удовлетвореността има едно много важно качество – подлежи на разпространение (най-вече от уста-на-уста). Със същата сила важи и обратното. Но стратегическият подход на Reverse wholesaling крие своята сила именно в изграждането на доверена мрежа от удовлетворени клиенти, които са готови да купят тук и сега. Гарантираната мрежа от купувачи е методология с изключително висок успех отвъд Океана.

У нас, народопсихологическата същност би довела до отпор при прилагане на подобен тип стратегия, от гледна точка на строгата индивидуалност на икономическите агенти. Тази стратегия на „инвеститор-единак“ е породена от множеството дефицити и нерационалността и компрометираната същност на средата в общ икономико-политически аспект в последните 40 години на т.нар. „преход“ (Chobanov, 2014). Постоянното очакване за опортюнистично поведение от страна на пазарните участници ограничава готовността на българския инвеститор да се включи в ролята на потенциален Cash buyer. Това обстоятелство може да редуцира доверието към мрежови модели на посредничество и да насочи инвеститора към работа с ограничен кръг от познати или вече доверени инвестиционни посредници. Поради тази причина прилагането на стратегията Reverse wholesaling в българските условия би могло да срещне затруднения, свързани най-вече с ниската степен на институционално и междуличностно доверие на пазара.

Ако времевият фактор и инвестиционната търпеливост бъдат анализирани като съществени предпоставки за успешна имотна ревитализация в български условия, може да се приеме, че причините за общественото недоверие не следва да се търсят единствено на индивидуално равнище, а преди всичко в натрупаните структурни и социално-икономически деформации на средата. В този контекст реновирането на недвижими имоти се превръщат както в предизвикателство за инвеститорите, формирали своето икономическо поведение в условията на преходна икономика, така и във възможност за нов тип пазарни участници, характеризиращи се с по-висока адаптивност,

инвестиционна култура и готовност за преодоляване на традиционния пазарен скептицизъм.

Работната бригада и нейният адекватен избор от страна на „флипъра“ са част от естествения „поток на разходите“ при изграждането и планирането на надеждна и работеща финансова стратегия.

И ако в Щатите, в пъти по-развитият щатски капиталов пазар е в основата на изграждането на работещи инвестиционни стратегии, до развитие на имотния пазар както и до изграждане на широко поле за изява на компании от бранша (работни бригади, компании, занимаващи се с реновиране на стари имоти), то у нас действителността ни среща с: ограничения имотен пазар, липсата на капиталови инвестиции в българската икономика, в съчетание със сложни административни процедури примесени с народопсихологическата ни същност. Това прави средата в неблагоприятно, но не задължително неуспешно място за търсене на качествена работна ръка.

Ангажирането на работна бригада (един от най-трудно контролирани разходни фактори), независимо дали анализираме САЩ или България се ръководи от няколко основни фактора, а именно:

- Квалифицирана, мотивирана и технически грамотна работна ръка. Погледнато от гледна точка на е/имиграционните процеси, съпътстващи действителността и в двете страни има идентични икономически измерения. Докато в Щатите липсата на желание за изпълнение на подобни задачи се компенсира от работна ръка имигрираща от юг, то в България „износът“ на работна ръка (емиграцията) е на „запад“. Работна бригада, която познава добре нуждите на „флипъра“ би спомогнала за съкращаване времетраенето на „флипинга“, както и до повишаване крайната цена, искана за даден имот.

Но икономическата проницателност, поставена в противовес на неблагоприятна среда, остава и играе ключова роля при адаптирането на инвеститорите към „агресивната“ действителност. Умението да правиш оправдан избор, като инвеститор, е предизвикателство с еднаква сила и за инвеститорите-клиенти, и за „флипърите“. Последните следва да потърсят и намерят доверие в компаниите, занимаващи се с конструктивно-ремонтни дейности.

Основните моменти, които са ключови за квалифицирано изпълнение на зададените задачи са следните:

- Кадрови потенциал и компетентност и техническа грамотност;
- Постоянство и доказателства за липса на текучество в персонала;
- Висока репутация и лицензирана дейност на съответната компания;
- Оперативна ефективност;
- Спазване на заложените срокове и адекватно планиране на времето за изпълнение на поставената задача.

Вероятно всеки инвеститор би могъл да дефинира множество други изисквания, които могат да придадат перфектен образ на ремонтната бригада, но със сигурност професионалният им опит улеснява многократно обратното.

В заключение, си заслужава да се отбележи, че специализираната компетентност да познаваш отблизо реновационните процеси и практики следва да бъде припозната не само от изпълнителите, но и от инвеститорите

в имоти. При последните знанието се изразява не толкова в избор на технически изпълнители, колкото в способността за изграждане на доверие към професионалистите в тази област. Тази увереност е израз на професионалния социален капитал, който не може да бъде монетизиран.

Инвестирането в професионално оформление на интериора, според целта на „флипа“, е стратегия, която освен време и средства, гарантира правилно стратегическо проектиране и представяне на имота, така че същият да таргетира точно интереса на потенциалните купувачи.

Често българските инвеститори търсят интериорни решения, за своите проекти, разчитайки на личната си представа и виждане за вътрешно оформление на имота. Достигането до максималния потенциал на имота и последващо улеснени процедури на пазара, изискват уменията на професионалисти с опит, знанията и доказателства за успешни проекти в минало време. Това осигурява възможно най-уместните интериорни решения, дори същите да не са приложими или противоречат на личното възприятие на инвеститора. Добрият дизайнер прилага строго индивидуален и целеви план за действие спрямо конкретен проект, анализирайки клиентите в няколко аспекта: такива, което следва да бъдат „оценени“ от масовия потребител, такива, насочени към по-нишов клиент, такива, предвидени за краткосрочно отдаване под наем.

Добрата практика у нас насочва колаборативните усилия в посока интегриране на професионалните дизайнерски решения с професионално селектирани изпълнители по реновиране и ремонт. Опитът на инвеститорите доказва, че интегрирането на дизайнер в изграждане на специализирания екип носи със себе си и придава на обекта допълнителна пазарна привлекателност. Значителен ефект се проявява и по отношение на многократното намаление на времето за реализация, оптимизирането на разходите и минимизирането на възможност за допускане на грешки от страна на изпълнителите от визуално, функционално включително финансово естество.

Съвременния имотен пазар доказва, че основна притегателна за клиентската маса е визуалната презентация под формата на снимки или 3D проектиране на имота – прийоми провокиращи по-задълбочен интерес към проекта. В този смисъл, професионалните услуги в сферата на проектирането и обзавеждането, предоставят предимство на имота още в първоначален етап на предлагане и търсене. Съвременен мислещият купувач може да оцени добавената стойност на професионално проектирания и в последствие реализиран имот. Той има уменията да различи и такъв, който е носител на дефекти, пропуски или липса на функционалност. Този тип икономически субекти са склонни да инвестират напълно осъзнато своите финансови активи в „дизайнерски“ имот, носител на бъдеща стойност и качества интегрирани чрез професионалните решения на дизайнера.

Що се отнася до имоти, в които целта на „флипа“ е краткосрочно отдаване под наем, бърза справка на съществуващите обяви на българския пазар потвърждава теорията, че стратегията дизайн не само разкрива максималните възможности на имота, но го прави по-предпочитан от търсещите приятна среда клиенти. Професионално реализираният имот акумулира допълнителна доходност, в пъти по-висока от тази на имоти, в които сътрудничество между инвеститор и дизайнер липсва.

За съжаление, митът че професионалните услуги в сферата на дизайна са неоправдано скъпи, все още е бележи силни позиции в съзнанието на българския инвеститор. Реалността доказва, че в България дигиталното проектиране е в пъти по-достъпно спрямо това зад граница. Ползите от професионалист в тази област надвишават многократно изплатените хонорари не само от гледна точка на спестените усилия по проектиране и обзавеждане на имота, но и от гледна точка на всички допълнителни средства, резултат от проявена самоинициатива или гласувано доверие на непрофесионалисти.

Заклучение

Текущото изследване на съвременните инвестиционни стратегии доказва, че фокусът при инвестициите в недвижимо имущество се измества от пасивно притежание на имот към активното генериране на доходност. Airbnb, Home staging и Real estate flipping предлагат възможност за по-бърза възвръщаемост в условия на динамичната среда на имотния пазар. Успешното приложение на тези стратегии, обаче, изисква нов поглед към съвременните професионални практики, които добавят стойност и атрактивност във възприятието на търсещия купувач. Въпреки рисковете, в България съществува благоприятна среда за развитие на „флипинга“ – от богат фонд „забравени“ имоти, до все още ниската стойност на услугите в сферата на ремонтите - малка част от ключовите позитивни фактори. В крайна сметка, умелото боравене с време, капитал и професионална експертиза позволява на инвеститора не само да създава стойност, но и да я реализира успешно.

Източници

- Yovkova, Yo. (2017). Ikonomicheski aspekti na nedvizhimata sobstvenost i na nedvizhimite imoti. [Economic Aspects of Real Estate Property and Real Estate]. *Nedvizhimi imoti & Biznes*, 1(1), 9–14. https://realestatejournal-bg.org/images/doc/vol-1-1/01_Iordanka_Iovkova.pdf
- Hayes, A. (2024). *House flipping: Is it better to buy and hold or flip?* Investopedia. <https://www.investopedia.com/articles/mortgages-real-estate/08/house-flip.asp>
- Forbes Business Council. (2021, November 5). How does a property flipper make a profit? Forbes. <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2021/11/05/how-does-a-property-flipper-make-a-profit/>
- Chinco, A., & Mayer, C. (2016). Distant speculators and asset bubbles in the housing market. *The Quarterly Journal of Economics*, 131(1), 395–452. <https://academic.oup.com/qje/article/131/1/395/2461143>
- Clothier, K. (n.d. -a). How did I drive a business to grow to \$1.8 billion in sales (with 600 employees) by the time I was 30, with no formal business training or even a college degree? <https://kentclothier.com/>
- Clothier, K. (n.d. -b). 35 million journey. <https://kentclothier.com/35-million-journey/>
- Chobanov, G. (2014). *Institutsionalen analiz na prehoda kum pazarno stopanstvo*. [Institutional Analysis of the Transition to a Market Economy]. Sofia: Universitetsko izdatelstvo "Sv. Kliment Ohridski".



Converting Real Estate into Highly Liquid Assets through House Flipping

Tereza IGNATOVA¹; Veselin DEKOV²

¹ HOME STYLE END PROJECT LTD, Varna, Bulgaria, teresaignatova@yahoo.com

² ORCID iD 0009-0001-0112-510X, University of Economics – Varna, Bulgaria, vdekov@ue-varna.bg

DOI: doi.org/10.56065/wax1fc14

Резюме:

JEL:
L74; E22

This article explores the opportunities for transforming real estate assets into highly liquid capital through the implementation of the "house flipping" investment strategy, examined within the framework of contemporary real estate yield models. The primary objective is to analyze the potential of flipping as a tool for accelerated liquidity and profit generation, while identifying the key factors for its successful application within the Bulgarian market environment.

Methodologically, the study is based on a comparative and logical analysis of three strategies for the management and capitalization of real property – "buy-and-hold," "Airbnb," and "house flipping," with a central emphasis on the latter. A comparative approach is further utilized to examine practices in Bulgaria and the United States regarding financing, market environment, the role of location, the time factor, professional expertise, and design.

The results indicate that house flipping possesses significant potential for application in Bulgaria due to the availability of undervalued properties, relatively low labor costs, and opportunities for value-adding through renovation, design, and strategic property positioning. It is established that the success of the strategy depends on professional financial planning, precise property selection, effective renovation management, and the investor's ability to transform market deficits into a competitive advantage.

Keywords:

Capital, investments, strategies

How to cite:

Ignatova, T., & Dekov, V. (2026). Kak da prevurnem nedvizhimoto imushtestvo v burzo likviden kapital – HOUSE FLIPPING. [How to Turn Real Estate into Liquid Capital: House Flipping]. *Stroitelno predpriemachestvo i nedvizhima sobstvenost = Construction Entrepreneurship and Real Property*, 3(1), 117–131. <https://doi.org/10.56065/wax1fc14>

Copyright © 2026
by author(s)