85 години

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Том II

85 години

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

„Димитър А. Ценов" - Свищов

Международна научно-практическа конференция

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

8-9 ноември 2021 г.

Том II



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА КОХЕЗИЯ ПРЕЗ XXI ВЕК – ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Свищов, 8-9 ноември 2021 г.

Посветена на 85 години от създаването
на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“

Сборник с доклади

ТОМ II

Международната научно-практическа конференция е организирана в изпълнение на проект №НФ-2-2021 „Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век – тенденции и предизвикателства“, финансиран със средства по Наредба на МОН за насърчаване на научно-изследователската дейност

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2021

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ
Проф. д-р Марияна Божинова
Ректор на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ - председател
Проф. д. н. Борислав Борисов
Проф. д. н. Божидар Божинов
Проф. д-р Стоян Проданов
Доц. д-р Галина Чиприянова
Доц. д-р Здравко Любенов
Доц. д-р Иван Марчевски
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Катя Личева
Доц. д-р Людмил Несторов
Доц. д-р Марина Николова
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Силвия Костова
Доц. д-р Христо Сирашки

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Румен Ерусалимов - *председател*
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова
Гл. ас. д-р Асен Божиков

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ
Проф. д-р Любчо Варамезов - *председател*
Проф. д-р Анета Денева
Проф. д-р Атанас Атанасов
Проф. д-р Йордан Василев
Проф. д-р Красимир Шишманов
Проф. д-р Маргарита Богданова
Проф. д-р Пенка Шишманова
Проф. д-р Стефан Симеонов
Доц. д-р Александър Ганчев
Доц. д-р Венцислав Василев
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Румен Ерусалимов
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Теодора Филипова

Публикуваните материали са рецензирани. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

ISBN 978-954-23-2069-2 (print)
ISBN 978-954-23-2070-8 (online)

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS – SVISHTOV

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND SOCIO-ECONOMIC COHESION IN THE 21ST CENTURY: TRENDS AND CHALLENGES

Svishtov, 8th - 9th November 2021

Dedicated to the 85th anniversary since the establishment of D. A. Tsenov Academy of Economics

Conference Proceedings

VOLUME II

The international scientific and practical conference has been organized as implementation of project SF-2-2021 "Sustainable Development and Socio-Economic Cohesion in the 21st Century: Trends and Challenges", financed with funds by Ordinance of the Ministry of Education and Science for encouraging scientific research

Tsenov Academic Publishing House
Svishtov
2021

PROGRAM COMMITTEE
Prof. Mariyana Bozhinova, Ph.D.
Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics
Prof. Borislav Borissov, D.Sc.
Prof. Bozhidar Bozhinov, D.Sc.
Prof. Stoyan Prodanov, Ph.D.
Assoc. Prof. Galina Chipriyanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov, Ph.D.
Assoc. Prof. Ivan Marchevski, Ph.D.
Assoc. Prof. Irena Emilova, Ph.D.
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, Ph.D.
Assoc. Prof. Katya Licheva, Ph.D.
Assoc. Prof. Lyudmil Nestorov, Ph.D.
Assoc. Prof. Marina Nikolova, Ph.D.
Assoc. Prof. Plamen Petkov, Ph.D.
Assoc. Prof Silviya Kostova, Ph.D.
Assoc. Prof Hristo Sirashki, Ph.D.

ORGANIZING COMMITTEE
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D., Chairman
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovksi, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.
Head Asst. Asen Bozhikov, Ph.D.

EDITORIAL COMMITTEE
Prof. Lyubcho Varamezov, Ph.D., Chairman
Prof. Aneta Deneva, Ph.D.
Prof. Atanas Atanasov, Ph.D.
Prof. Yordan Vasilev, Ph.D.
Prof. Krasimir Shishmanov, Ph.D.
Prof. Margarita Bogdanova, Ph.D.
Prof. Penka Shishmanova, Ph.D.
Prof. Stefan Simeonov, Ph.D.
Assoc. Prof. Aleksandar Ganchev, Ph.D.
Assoc. Prof. Ventsislav Vassilev, Ph.D.
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, Ph.D.
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, Ph.D.
Assoc. Prof. Rumen Erusalimov, Ph.D.
Assoc. Prof. Svetoslav Iliychovski, Ph.D.
Assoc. Prof. Teodora Filipova, Ph.D.

The published materials have been reviewed. The authors are responsible for the content and layout of their papers, the opinions expressed, the data used and the sources cited.

ISBN 978-954-23-2069-2 (print)
ISBN 978-954-23-2070-8 (online)

СЪДЪРЖАНИЕ

ТОМ II

МЕНИДЖМЪНТ, МАРКЕТИНГ, ПЛАНИРАНЕ, МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА, БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА

МЕЖДУНАРОДНАТА ПРОИЗВОДСТВЕНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ
В СЪВРЕМЕННИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕН БИЗНЕС
Проф. д.ик.н. Таня Горчева 7

INTEGRATION PROCESSES IN INTERNATIONAL BUSINESS: DIAGNOSIS
OF PREREQUISITES, PARAMETRIZATION AND SIMULATION
D. Sc. Econ., Professor, Illya Khadzhynov, D. Sc. Econ., Professor, Maryna Savchenko
Docent, PhD in Economics, Mariia Shkurat 16

ТЕРИТОРИАЛНИ ПРОПОРЦИИ, ДИСПРОПОРЦИИ… КОХЕЗИЯ?
(ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ)
Проф. д-р Веселин Бояджиев 25

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРИ УПРАВЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ
РЕСУРСИ В КОНТЕКСТА НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19
Гл. ас. д-р Весела Петрова, Доц. д-р Боряна Трифонова,
Гл. ас. д-р Бориславa Гълъбова, **Проф. д-р Емил Димов** 34

ГРАДЪТ - ИКОНОМИЧЕСКИ КАТАЛИЗАТОР
ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНА
Проф. д-р Константин Калинков 43

ПОЛИТИКИ (НЕ)ОСНОВАНИ НА ДОКАЗАТЕЛСТВА
Проф. д-р Маргарита Богданова 51

КОНЦЕПТУАЛИЗИРАНЕ НА СИСТЕМНИ СТРАТЕГИЧЕСКИ ОБРАТИ
Проф. д-р Никола Янков 59

INSTITUTIONAL CHANGES IN THE PUBLIC ADMINISTRATION
OF AGRICULTURE TO INFLUENCE UKRAINIAN AGRO – EXPORTS
Assoc. Prof. Oksana Kiforenko, PhD 66

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
КОМПЕТЕНЦИЙ БЕЛОРУССКИХ МЕНЕДЖЕРОВ
Доктор экономических наук, профессор Наталья Маковская 74

ПРОБЛЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ
Профессор, доктор экономических наук Вардан Бостанджян,
Кандидат экономических наук, д-р Армине Захарян, **Юлиана Акобян** 80

СЪВРЕМЕННИ МАРКЕТИНГОВИ АСПЕКТИ НА ПАЗАРА
НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Ваня Григорова ……..…….. 91

РОЛЯТА НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА КУЛТУРА
ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА
Доц. д-р Корнелия Тодорова ……..……..…….…….. 100

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА
КАТО ФАКТОР НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ЕФЕКТИВНОСТТА
НА НОВА ПАРАДИГМА НА ИНДУСТРИАЛНОТО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Александър Александрович Сергеев …..……...…….……. 108

ОРГАНИЗАЦИОННИ ПРОЦЕСИ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Анатолий Асенов …...…….…..……. 116

ПРОФЕСИОНАЛНО ПРЕГРЯВАНЕ И МОБИНГ
В ДИГИТАЛНА РАБОТНА СРЕДА
Доц. д-р Венета Христова …….……..……. 124

БИЗНЕС МОДЕЛИ И ТЕНДЕНЦИИ НА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ
Доц. д-р Веселин Попов, Доц. д-р Петя Емилова ……..……. 132

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ИНФЛУЕНСЪР МАРКЕТИНАГА В БИЗНЕСА
Доц. д-р Виржиния Иванова …….……. 139

ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ
ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ С УСЛУГИ НА БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Галина Захариева …….……. 147

ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ – КЛЮЧОВ ФАКТОР
ЗА ЕФЕКТИВНО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМЯНАТА
Доц. д-р Георги Кондев ……..…….……. 155

ВЛИЯНИЕ НА TQM И ВЪНШНИТЕ РИСКОВЕ
ВЪРХУ ПРОЦЕСИТЕ СВЪРЗАНИ С УПРАВЛЕНИЕ
НА ПРОМЯНАТА В ОРГАНИЗАЦИЯТА
Доц. д-р Георги Кондев, Докторант Ирена Михайлова …….……..……. 164

ЕКОИНОВАЦИИ И РЕСУРСНА ЕФЕКТИВНОСТ
Доц. д-р Дафина Донева …..……. 172

ЕТИКА И ЕТИЧНАТА ИНФРАСТРУКТУРА –
МОДЕЛИ В ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР
Доц. д-р Евелина Парашкевова, Докторант Изабела Йонкова …….……. 179

МОДЕЛИРАНЕ НА ЕКСПОРТНАТА ПАЗАРНА ОРИЕНТАЦИЯ
Доц. д-р Здравко Любенов ……..……. 187

ВЛИЯНИЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19
ВЪРХУ ДЪЛГОСРОЧНИТЕ НАГЛАСИ И НАВИЦИТЕ
ПРИ ПОТРЕБЯВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ
Доц. д-р Иван Марчевски, Ас. д-р Криста Нейкова ……..……. 191

РЕЦЕСИЯТА ПОРОДЕНА ОТ COVID-19 И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ
ЗА ПРОМЕНИ В БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Людмил Несторов ……..……. 199

РЕКЛАМНИТЕ АГЕНЦИИ В КОМУНИКАЦИОННИЯ ПРОЦЕС
Доц. д-р Пенка Горанова ……...…….……. 210

ЕФЕКТЪТ НА РОЗЕНТАЛ – КОНТРОЛНИ И УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ
Доц. д-р Пепа Стойкова, Доц. д-р Ирена Емилова ……...…….……. 218

ДИГИТАЛНАТА ЕКОСИСТЕМА – ТЕХНОЛОГИИ И БИЗНЕС МОДЕЛИ
Доц. д-р Петя Емилова, Доц. д-р Веселин Попов ……...……...……. 227

РАЗБИРАНЕ ЗА РОЛЯТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО
В ПОСТИГАНЕТО НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Румяна Златева ……..……. 234

НАМАЛЯВАНЕ НА РАСТЕЖА И ДЕСТАБИЛИЗИРАЩИ
ЕФЕКТИ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ COVID-19 ВЪРХУ
ГЛОБАЛНАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Румяна Златева, Доц. д-р Али Балканли ……..……. 241

ТЕОРЕТИЧНИ И ЕМПИРИЧНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА КОМУНИКАЦИОННАТА
ПОЛИТИКА НА ТЪРГОВСКАТА СТРУКТУРА
Доц. д-р Христина Михалева, Х. ас. д-р Светла Атанасова ……..……. 250

МЯСТО И СЪДЪРЖАНИЕ НА ПРОЦЕСА ЗА УПРАВЛЕНИЕ
НА ПРОЕКТИ ПО ОТНОШЕНИЕ НА ОСТАНАЛИТЕ ПРОЦЕСИ
Доц. д-р Христо Сирашки ……..…… 259

УПРАВЛЕНИЕ НА ИНОВАЦИИТЕ В ИНДУСТРИАЛНОТО
ПРЕДПРИЯТИЕ В УСЛОВИЯТА НА КРИЗА
Гл. ас. д-р Бориславa Гълъбова ……..……..…… 266

ДИФУЗИЯТА НА ИНОВАЦИИ В БЪЛГАРИЯ
Гл. ас. д-р Даниела Илиева ……..……...…. 276

АЛГОРИТЪМ ЗА ФИНАНСОВО УПРАВЛЕНИЕ
В ОБРАЗОВАТЕЛНА ИНСТИТУЦИЯ
Гл. ас. д-р Деница Загорчева ……....…. 284

УПРАВЛЕНИЕ НА КАРИЕРАТА –
ПРОБЛЕМИ И РЕШЕНИЯ
Гл. ас. д-р Десислава Алексиева ……....…. 292

УПРАВЛЕНИЕ НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО В ОРГАНИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Елена Йорданова ……..…..… 298

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПЛАНИРАНЕТО
НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА
Гл. ас. д-р Елица Лазарова …….……..... 303

ГЛОБАЛНАТА ТЪРГОВИЯ С ВИСОКОТЕХНОЛОГИЧНИ
ПРОДУКТИ КАТО ДВИГАТЕЛ НА РАСТЕЖА
Гл. ас. д-р Ивайло Петров …….…..…. 312

ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО
ВЪРХУ ЦИФРОВИТЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ НА ПРЕПОДАВАТЕЛИТЕ
Гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова …….……..… 320

СТРАТЕГИЧЕСКА КОРПОРАТИВНА ОТГОВОРНОСТ –
ОСОБЕНОСТИ И ЗНАЧЕНИЕ ЗА ОРГАНИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Милен Динков …… 328

МЕДИКО-ГЕОГРАФСКАТА КОХЕЗИЯ В БЪЛГАРИЯ
Гл. ас. д-р Нели Веселинова …… 335

СЪСТОЯНИЕ НА БЪЛГАРСКИЯ ИЗНОС В КОНТЕКСТА
НА ПАНДЕМИЯТА ОТ КОВИД-19
Гл. ас. д-р Недялко Несторов ……..…..…… 343

КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ
КАТО КОМПОНЕНТ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ –
ВЗАИМОВРЪЗКИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Гл. ас. д-р Станислава Стоянова …….……. 349

ИНТЕГРИРАНИТЕ ТЕРИТОРИАЛНИ ИНВЕСТИЦИИ КАТО ИНСТРУМЕНТ
ЗА ПОСТИГАНЕ НА КОНВЕРГЕНЦИЯ МЕЖДУ РЕГИОНИТЕ
Ас. д-р Мариела Стоянова …….……. 357

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ ПРИ КРИЗА - СЪВРЕМЕННИ
ИЗМЕРЕНИЯ И ВЪЗМОЖНИ БИЗНЕС РЕШЕНИЯ
Ас. д-р Надежда Стефанова ……..…. 363

РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА РЕКЛАМНИЯ ПРОЦЕС В АГРОБИЗНЕСА
Ас. д-р Пламен Петров ……..……. 371

INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP IN THE NEXT NORMAL:
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES
Sen. lect. Margarita Mihaylova, PhD …….…….. 378

СИСТЕМИ ЗА ЕФЕКТИВНОСТ НА МАРКЕТИНГОВАТА
ДЕЙНОСТ В ДИГИТАЛНА СРЕДА
Д-р Ралица Янева …….…. 385

ПРЕСТРУКТУРИРАНЕ НА МЪРЧАНДАЙЗИНГОВОТО ПРОДУКТОВО НИВО ПОСРЕДСТВОМ МАТРИЦАТА ARTHUR D. LITTLE – A. D. L.
Х. ас. д-р Светла Атанасова ……..... 393

THE IMPACT OF ELECTRONIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT PRACTICES ON ACHIEVING COMPETITIVE ENTREPRENEURSHIP FOR BUSINESS ORGANIZATIONS
Mohamed Mostafa Ali AlBaz, PhD, Lecturer,
Adham Said Ali Ibrahim, MSC, PhD Student ……..……..… 401

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТНИ ЕКИПИ В МУЛТИПРОЕКТНА СРЕДА
Докторант Боян Врančев ……..…….. 409

ИНОВАЦИИ ПРИ ПРИЛАГАНЕ НА „ЗЕЛЕНИ“ ПОЛИТИКИ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО
Докторант Владо Божилов ……...……..……. 416

КОНФЛИКТИТЕ В ОРГАНИЗАЦИЯТА И УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
Докторант Мария Велкова ……..… 425

ОТРАСЛИ НА ИКОНОМИКАТА

КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЯТ ТУРИЗЪМ И БЪЛГАРСКАТА ПРОЕКЦИЯ
Проф. д-р Марияна Божинова ……..… 435

ИНДУСТРИАЛНА ПОЛИТИКА В ДЪРЖАВИ С РАЗВИВАЩИ СЕ ПАЗАРИ В КОНТЕКСТА НА ИНДУСТРИЯ 4.0
Проф. д.ик.н. Евгений Савелев, Проф. д.ик.н. Виталина Куриляк …….…….. 443

ОСОБЕНОСТИ НА ФОРМИРАНЕ НА МЕХАНИЗМА НА УПРАВЛЕНИЕ НА СОЦИАЛНО ОТГОВОРНИТЕ КОМПАНИИ ВЪВ ВЕРИГАТА НА ДОСТАВКИТЕ
Проф. д-р Анета Денева, Докторант Рустам Асланзаде ……..... 451

БЪЛГАРИЯ И РУМЪНИЯ КАТО АТРАКТИВНИ НИЪРШОРИНГ ДЕСТИНАЦИИ
Проф. д-р Любчо Варамезов, Кармен Врančев ……... 457

ДИГИТАЛНАТА ИНФРАСТРУКТУРА – ИНСТРУМЕНТ НА УПРАВЛЕНСКОТО КОНСУЛТИРАНЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА СМАРТ ТУРИЗМА
Доц. д-р Николай Цонев, Докторант Данаил Алеков ……..…….. 464

ВЛИЯНИЕ НА КРИЗИСНИТЕ СЪБИТИЯ ВЪРХУ ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО
Доц. д-р Венцислав Перков ……. 472

ЗНАЧИМОСТ НА АГРАРНИЯ СЕКТОР ЗА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА
Доц. д-р Виолета Блажева …….…….. 480

НОВИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ БИЗНЕС
В ДИГИТАЛНА СРЕДА
Доц. д-р Искра Пантелеева ……..….. 488

ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19
Доц. д-р Любка Илиева ……..….. 497

ФОРМИРАНЕ НА СЕНЗОРНИ ИЗЖИВЯВАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ
ПАКЕТИ КАТО ФАКТОР ЗА ЗАВРЪЩАНЕ НА ТУРИСТИТЕ
В ДЕСТИНАЦИЯТА
Доц. д-р Мариана Янева, Д-р Ралица Георгиева ……..… 505

БИЗНЕС ИДЕНТИФИКАЦИЯ НА ПРОДУКТИТЕ ПО ЗДРАВЕН ТУРИЗЪМ
И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА РАЗВИТИЕТО ИМ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ
РАЙОНИ В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Мариана Янева, Д-р Стилияна Басмаджиева ……. 513

СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКИЯ АГРАРЕН СЕКТОР
В УСЛОВИЯ НА ТРАНСФОРМИРАЩА СЕ
КЪМ УСТОЙЧИВОСТ ИКОНОМИКА
Доц. д-р Марина Николова ……..…… 523

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА УСТОЙЧИВ КООПЕРАТИВЕН
МОДЕЛ В БЪЛГАРСКОТО СЕЛСКО СТОПАНСТВО
Доц. д-р Маруся Линкова ……..….. 532

ИЗИСКВАНИЯ ОСИГУРЯВАЩИ ЗДРАВОСЛОВНИ
И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД В ЦЕХОВЕТЕ
ЗА КОНФЕКЦИОНИРАНЕ НА ОБУВНИ ИЗДЕЛИЯ
Доц. д-р Николай Карев ……..……. 539

ТЪРГОВИЯТА НА БЪЛГАРИЯ С ТРЕТИ СТРАНИ –
АНАЛИЗИ И ТЕНДЕНЦИИ
Доц. д-р Петранка Мидова ……..…… 547

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОЦЕНКА НА ПАКЕТИ ОТ АКЦИИ
Доц. д-р Светослав Илийчовски ……..... 555

ВЪЗНИКВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТЕКСТИЛНАТА ИНДУСТРИЯ
В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Сергей Найденов, Докторант Калин Петров Киряков …….. 564

ОМНИКАНАЛНАТА ИНТЕНЗИВНОСТ НА АСОРТИМЕНТНО ПРЕДЛАГАНЕ
КАТО ДЕТЕРМИНАНТА НА ПОТРЕБИТЕЛСКАТА УДОВЛЕТВОРЕНОСТ
Доц. д-р Симеонка Петрова …. ……...571

КООПЕРИРАНЕ И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ЗА УСТОЙЧИВ
РАСТЕЖ И ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Славена Стоянова ……..…… 579

РЕГИОНАЛНАТА ПОЛИТИКА И ПРОГРАМИТЕ ЗА РАЗВИТИЕ
ТЕРИТОРИЯТА И ТУРИЗМА В СЪВРЕМЕННИТЕ УСЛОВИЯ
Доц. д-р Тихомир Личев ……. 587

СОЦИАЛНАТА КОХЕЗИЯ – ХАРАКТЕРИСТИКИ
И ТЕОРЕТИЧНА РАМКА
Гл. ас. д-р Ваня Ганева ……..….. 595

КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА БЕЗОТГОВОРНОСТ
Гл. ас. д-р Емил Николов …… 603

ЗАЕТИТЕ ЛИЦА В ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ –
СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова …… 611

ИНТЕЛИГЕНТНИ РЕШЕНИЯ ЗА ТЪРГОВИЯ НА ДРЕБНО –
ОБЛАЧНА БАЗИРАНА ТОЧКА НА ПРОДАЖБА
Гл. ас. д-р Иван Маринов …… 619

КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА - МОДЕЛ ЗА ПОВИШАВАНЕ
УСТОЙЧИВОСТТА НА СЕЛСКОТО СТОПАНСТВО
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева ……... 625

ДИНАМИКА В ЗАЕТОСТТА НА ЛЕГЛОВАТА БАЗА ПО БЪЛГАРСКОТО
ЧЕРНОМОРИЕ ЗА ПЕРИОДА 2019-2021г.
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова……632

ПРИЛОЖЕНИЕ НА СКЛАДОВИТЕ СИСТЕМИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА
ТЪРГОВСКИТЕ ПРОЦЕСИ ПРИ ОМНИКАНАЛНИ ТЪРГОВЦИ
Гл. ас. д-р Марияна Кътева…….. 638

ХОТЕЛИЕРСТВОТО В БЪЛГАРИЯ В УСЛОВИЯТА НА COVID-19
Гл. ас. д-р Павлин Павлов ……..……645

ПЛАНЪТ ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ И УСТОЙЧИВОСТ
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ – СМЯНА НА ПРИОРИТЕТИТЕ
В ТРАНСПОРТНИЯ СЕКТОР
Гл. ас. д-р Петя Коралова-Ножарова, Гл. ас. д-р Щерьо Ножаров…….……651

МРЕЖОВИ ВЕРИГИ НА ДОСТАВКА В АГРОБИЗНЕСА
Гл. ас. д-р Радка Ненова ……..…….…….659

ДИНАМИКА И РАЗВИТИЕ НА ПРОИЗВОДИТЕНОСТТА
НА ТРУДА В СЕКТОР УСЛУГИ
Гл. ас. д-р Силвия Господинова …….……...667

СЪЩНОСТНИ АСПЕКТИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева ……..……675

ФОТОВОЛТАИЧНИТЕ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТА
НА ЗЕЛЕНАТА СДЕЛКА
Гл. ас. д-р Явор Станев ……681

ТЕРИТОРИАЛНА КОНЦЕНТРАЦИЯ НА СЕКТОР НЕДВИЖИМА
СОБСТВЕНОСТ И ФАКТОРИТЕ, КОИТО МУ ВЛИЯЯТ
Гл. ас. д-р Яна Стоенчева ……..….. 686

ФАКТОРИ, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ
НАМЕРЕНИЯ НА МЛАДИТЕ
Ас. д-р Ивайло Костов ……..695

НАЧИНИ ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ НА ДРЕБНИЯ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ
БИЗНЕС В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА СЛЕД COVID-19
Ст. преп. Елка Узунова ……702

ПРОИЗВОДСТВО НА ВОДОРОД ЧРЕЗ ЯДРЕНИ ЦЕНТРАЛИ –
ПЕРСПЕКТИВИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА
Д-р Борислав Боев ……...……..708

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ТРЪЖНИТЕ ПРОЦЕДУРИ В УПРАВЛЕНИЕТО
НА ЗЕМЕДЕЛСКИТЕ ЗЕМИ – АКЦЕНТИ И ПРОБЛЕМИ
Доктор Валери Велковски ……..…….716

ПРОГРАМАТА ЗА ПРОФИЛАКТИКАИ РЕХАБИЛИТАЦИЯ
НА НОИ КАТО ЧАСТ ОТ ДЪРЖАВНАТА ПОЛИТИКА
ЗА ЗДРАВЕН ТУРИЗЪМ
Доктор Кристина Георгиева ……..725

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО КОХЕЗИОННАТА
ПОЛИТИКА ПРЕЗ XXI-ВЕК
Докторант Айтен Сабри …….. 733

ЗЕЛЕНАТА ИКОНОМИКА И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО
Докторант Александър Личев ……740

ПРИКЛЮЧЕНСКИЯТ ТУРИЗЪМ КАТО НЕРАЗДЕЛНА
ЧАСТ ОТ СВЕТОВНИЯ ТУРИЗЪМ
Докторант Виктория Янакиева ……..748

НЕГАТИВНИ ПРОЯВЛЕНИЯ ОТ ПРИЛОЖЕНИЕТО
НА МЕДИЦИНСКИЯ ТУРИЗЪМ
Докторант Десислава Александрова ……..754

СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОДХОД ЗА ПРИЛАГАНЕ НА ИЗИСКВАНИЯТА
ЗА СЕРИАЛИЗАЦИЯ НА ЛЕКАРСТВЕНИ ПРОДУКТИ ОТ СТРАНА НА ООП
Докторант Димитър Райчев ……761

NEW DIMENSIONS OF ENTREPRENEURIAL BUSINESS IN A DIGITAL ENVIRONMENT

Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD[1]

Abstract: *The report addresses issues related to the new conditions and specifics of the operating environment, which presuppose and impose a new approach, a different strategic and operational context for doing business. The emphasis is on expanding the scope and pressure of modern dynamic changes related to the digitalization of business processes and market activities of all stakeholders.*

Key words*: Entrepreneurship, entrepreneurial business, digitalization, digital environment, entrepreneurial business in digital environment.*

JEL: L26.

НОВИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ БИЗНЕС В ДИГИТАЛНА СРЕДА

Доц. д-р Искра Пантелеева

Резюме: *В доклада се разглеждат въпроси, свързани с новите условия и специфика на средата на функциониране, които предпоставят и налагат нов подход, различен стратегически и оперативен контекст относно правенето на предприемачески бизнес. Акцентът е поставен върху разширяването на обхвата и натискът на съвременните динамични промени, свързани с дигитализацията на бизнес процесите и пазарните активности на всички заинтересовани страни.*

Ключови думи: *Предприемачество, предприемачески бизнес, дигитализация, дигитална среда, предприемачески бизнес в дигитална среда.*

JEL: L26.

1. Introduction

Entrepreneurship is a special category of economic activity that brings positives for entrepreneurs and their families, for regional societies and economies in general. It is related to the constant search for new opportunities, the identification of good ideas and their transformation into working business solutions. It is this generative characteristic of the entrepreneur and his behaviour that creates a positive context for the realization of advantages in changes in the environment and business processes. The ability to look for opportunities and overcome problems in a non-standard way, providing additional benefits to the market, plays a positive role in carrying out activities in new conditions and technologically established economic patterns. The intensive development of

[1] i.panteleeva@uni-svishtov.bg, D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria.

information technologies and the additional global problems, especially of a pandemic nature, presupposed a new environment for expression and formed new parameters regarding doing business, but already in a digital environment. This report is also dedicated to this issue – the *identification of the current dimensions of entrepreneurial business and the systematization of the main trends and positives of operating in a digital environment*.

2. Digital entrepreneurship – nature, configuration parameters, modelling and sustainability

The number of people involved in the sharing and exchange of information, knowledge, data and goods is constantly growing, and the rapidly digitalizing environment has led to „a changed life situation characterized by urbanism, openness to new solutions, changed work situations and new thinking". (Richter et al., 2017). All these aspects of the modern world strongly stimulate the „sharing economy". Digital business as a new business paradigm is the result of the intensive and ubiquitous use of new technological opportunities that change economies in a precedent-setting way through the integrated simultaneous application of artificial intelligence, technological observations, the Internet of Things, blockchain technologies, cryptocurrencies, etc. As a relatively new research topic, digital entrepreneurship combines key emphases in entrepreneurship, innovation, information technology, based on approaches to network management embedded in ecosystems with multiple stakeholders, including consumers and public actors (Aldogan Eklund & Leick, 11 June 2021).

A significant number of definitions of entrepreneurship circulate in the economic literature. Researchers emphasize various aspects of it, especially in its classification study and derivation of affirmative understandings of its individual species. Changes in the environment and the penetration of information technology not only in business but also in the agenda of society, led to the formation of a new type of entrepreneurship – digital entrepreneurship. For its essential framing, there is also a lack of unanimity and a unified opinion on what it represents and what its positional coordinates are. However, the definition of the European Commission is widely accepted and somewhat widely used. According to it: „*Digital entrepreneurship embraces all new ventures and the transformation of existing businesses that drive economic and/or social value by creating and using novel digital technologies. Digital enterprises are characterized by a high intensity of utilization of novel digital technologies (particularly social, big data, mobile and cloud solutions) to improve business operations, invent new business models, sharpen business intelligence, and engage with customers and stakeholders. They create the jobs and growth opportunities of the future*." (2015, p. 1).

Realizing an entrepreneurial business in a digital environment is an extremely attractive way for economic activity and reaping multifaceted benefits, especially in terms of strategic positioning of the target orientation to achieve

sustainable effects. Digital entrepreneurship can be considered as one of the most significant single manifestations of entrepreneurial business with sufficiently recognizable effects on the very structure of the business. There are many indicators of a strong impact on all developed economies (Zhao & Collier, September 2016, p. 2176). The usual proclamation that the value contribution of entrepreneurial business formations is mainly in the creation of employment and commercialization of new inventions is undergoing changes, especially in the conditions of intensive development of science, prioritization of knowledge and expansion of the digital economy. In such a new environment, entrepreneurs and the entrepreneurial organizations they create acquire unique positions and gain advantages in the use of new opportunities, the introduction of new production methods and technologies, the entry of new markets and the change in competition (Australian Innovation System Report, 2015, p. 46). Discussing the entrepreneurial business and its specifics in the digital economy, we should outline in advance the conceptual differences and additional specifics again terminological axes of entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems, on the one hand, and digital entrepreneurship and ecosystems for digital entrepreneurship, on the other hand (see Figure 1). At the individual level, traditional entrepreneurs pursue opportunities based on business, knowledge or institutions, while digital entrepreneurs pursue digitallyenabled opportunities based on business, knowledge or institutions. After integrating resources beyond the firm-level, an ecosystem is formed at the collective level. At this level, the main difference between an entrepreneurship ecosystem and a digital entrepreneurship ecosystem is that a DEE is populated by digital species while an entrepreneurship ecosystem is populated by entrepreneurial species (Li et al., 2017, p. 4).

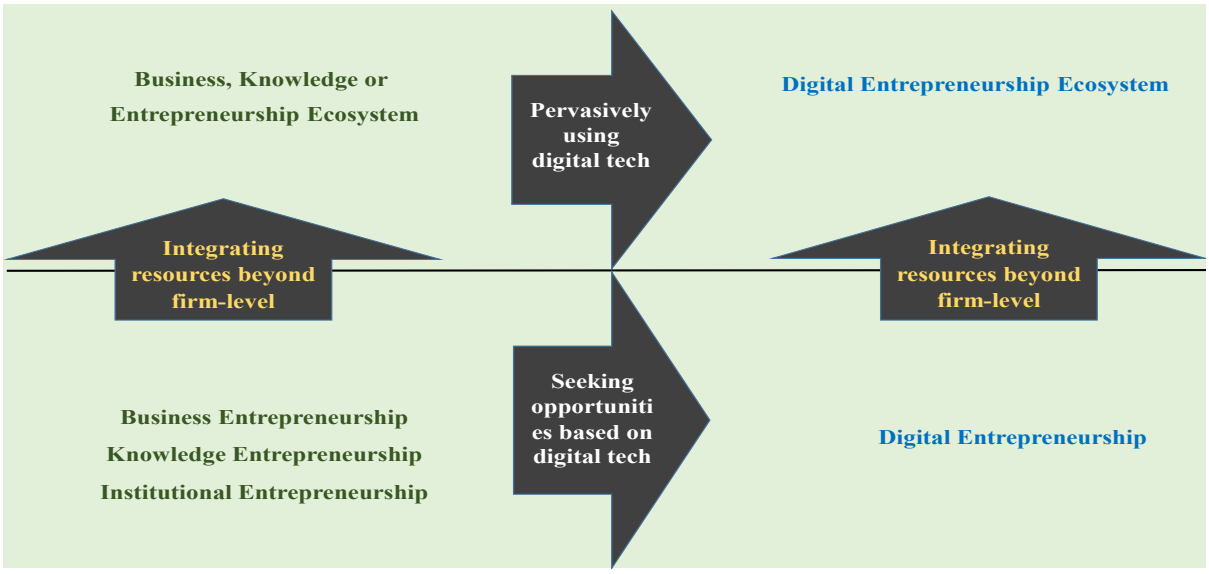


Figure 1. Digital entrepreneurship ecosystems as a collectivist infrastructure populated by digital species
Source: Li et al., 2017, p. 4

Implementing a digital mindset should result in a business recognising and exploiting opportunities arising from phenomena such as (Soltanifar & Smailhodžić, 2021, p. 7-8): technological developments and advances in infrastructure, artificial intelligence used to enhance the quality of decisions, augmented reality used to broaden entrepreneurs' horizons, cloud services, borderless connections in exploiting emerging opportunities, the sale of digital products or services across electronic networks. A fundamental principle in digital entrepreneurship is the initial use of information technology in the maximum number of possible manifestations of digitalization in terms of activities, tasks, tools, communication, data processing, transformation process of input-output parameters, expanding the boundaries of the business system to and outside business. the model of the entrepreneurial process. Prioritizing databases, activating them in the cloud and focusing on a platform are a starting point for identifying approaches and ways to digitize business. They are presented in Table 1selected case studies and a possible algorithm of steps to be followed by entrepreneurs in digitizing their activities. Emphasis is placed on the recommended announcement of supposed activities, key to the successful transformation of the business into digital format and possible actions to achieve this transformation, as well as specific examples of companies that have gone through the process of digital transformation and reached digital entrepreneurial thinking.

Information technology plays four main roles in entrepreneurial operations (Steininger, February 2019): facilitator, facilitating the operations of start-ups; mediator for the operations of new enterprises; result of entrepreneurial operations; ubiquity, becoming the business model itself, without restrictions in time and space. The main thematic accents, to which the focus of the conceptual connections and dependencies is focused, and which illustrate the concentrating points of the transformation processes on the way of the individual jumps in the content stages of change, can be systematized and summarized in Figure 2.

Gregori & Holzmann (1 November 2020) in an attempt to conceptualize the process of embedding digital technologies in a sustainable entrepreneurial business model, in order to stimulate the creation of social and environmental value, based on the institutional logical perspective of sustainable business models, conclude that regardless of the tension between digital logic and the logic of sustainability, there is complementarity between them (see Figure 3). Digital technologies allow the realization of new component configurations in a sustainable business model, for example: mixed value proposition, integrative value creation and multidimensional value capture.

Table 1 Practical guide for adopting a digital entrepreneurial mindset

Dimension	Action/steps	Practicalities/example
Harnessing technology	Make use of mobile technologies to make data and insights accessible to employees to help them make the right decisions	Procter and Gamble's Decision Cockpits provide a real-time screen enabling all employees to check the current state of its business and relevant trends. As a result, its employees are well informed and can take part in the decision-making process at any time
Inter-connec-tedness	Adapt to the scale of output and accelerate every form of interaction and action. Grasp the impact of interconnectedness	Boeing created an Intranet that enables employees to be easily connected and to receive company news quickly. In this way, employees are more flexible and can easily share their work remotely with colleagues around the globe, thus improving collaboration
Data use	Make use of data from the organisation or other available data	ASOS found a way to use customer data and their online searches to provide more personalised offers and offer more straightforward website navigation. Thus, its customers are able to find products on the website quickly
Cloud space	Move your data to the cloud and start benefiting from the scale and low-cost infrastructure this offers	Netflix is an excellent example of how a company can move to a cloud space. Netflix understood that its traditional centres for data storage were not large enough. As a result, it decided to turn to the cloud. This decision offered better scalability as it prepared the company for spikes in demand and customers' activity
Learning culture	Facilitate a culture of continuous learning in which all staff are empowered to experiment and shape new technology solutions	Google encourages its employees to spend 20% of their work time on thinking and experimenting with new ideas that will improve the products and services, thus enabling their creativity and innovation. Making the shift from a traditional way of doing business towards digital thinking and acting is easier said than done. Google also uses annual internal surveys to monitor its culture, innovation, autonomy, forward-thinking and teamwork
Customer-centric	Be customer-centric, not cost-driven. Ask, 'how can we use new technologies to enhance customer experiences?' This move will deliver more significant business growth	The US online clothing retailer Everlane is using technology to enable its customers to see and understand the work of the factories and partners that work for it. In this way, the company is taking a customer-centric approach offering high transparency to customers by allowing them to understand how the products are created and priced
Augmented workforce	Consider how you can use automated tools to enable your people, increasing their productivity, skills and value	Pizza Hut is trying to relieve its staff from some basic and routine tasks such as taking orders. Therefore, it uses chatbots to enable its customers to order pizzas, respond to queries and provide offers

Source: Soltanifar & Smailhodžić2021, p. 13-14.

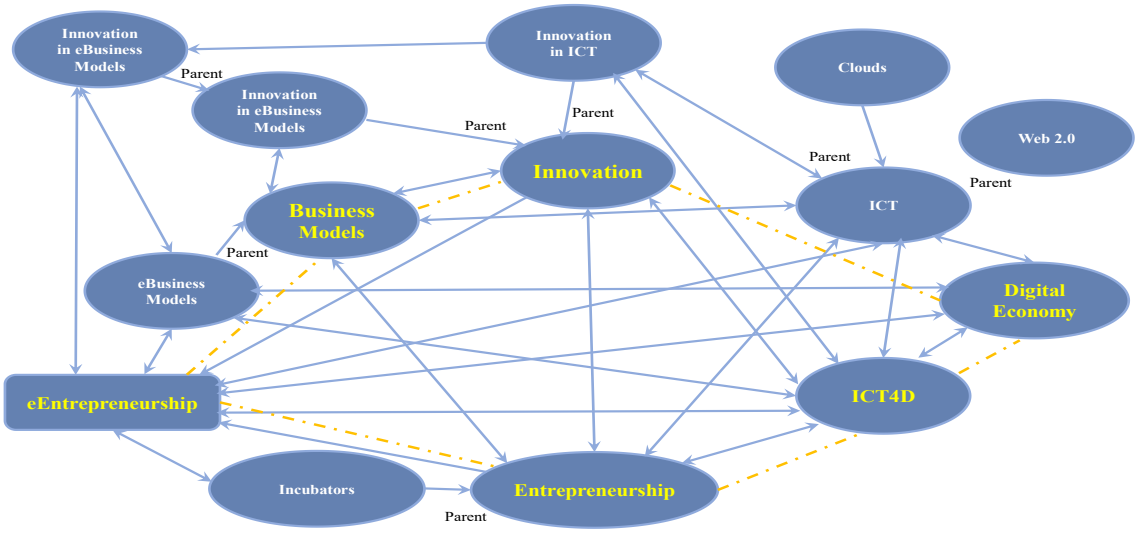


Figure 2. Literature thematic categories around e-entrepreneurship and their relationships

Source: Changed, According to Quinones, G. et al., 2013; Hosu, & Iancu, 2017, p. 96.

Despite the relatively short period of manifestation of digitalization in its all-encompassing mass version, there are many studies on the basis of which a digital model of maturity can be formed with identified basic elements in the dimensions: customer, strategy, technology, operations and organization, and culture. Kane et al. (2017) commented on a total of 179 numerical criteria for evaluating the individual components of the model (see Figure 4).

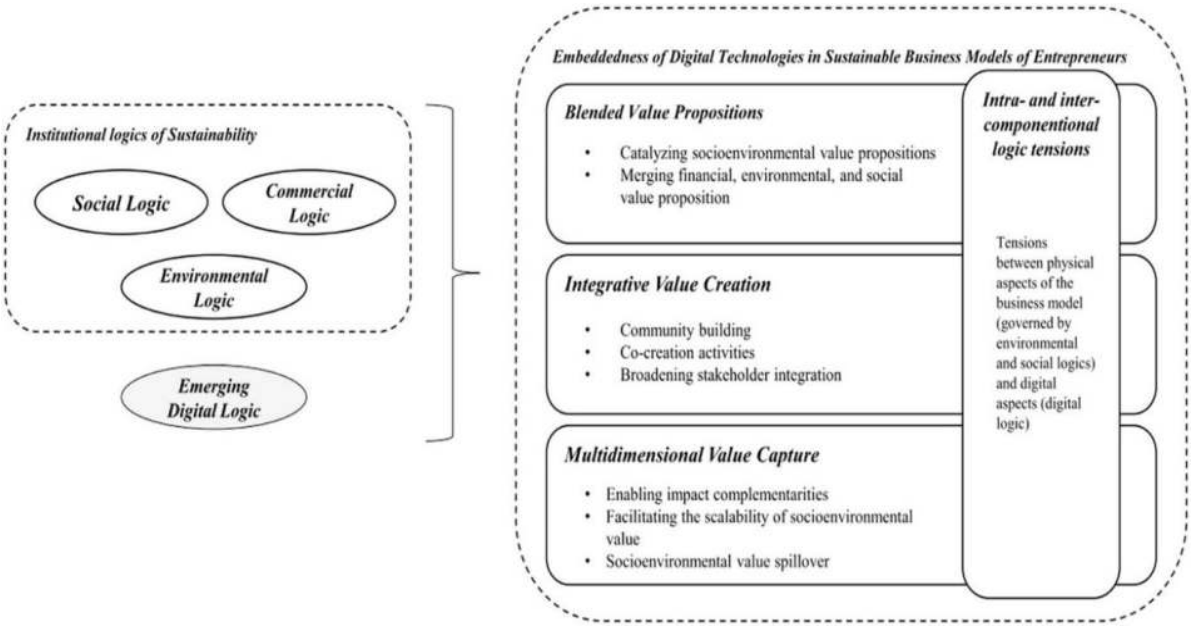


Figure 3. Digital sustainable entrepreneurship: A business model perspective on embedding digital technologies for social and environmental value creation – Graphical abstract

Source: Gregori & Holzmann, 1 November 2020.

According to them, this model can be considered as a suitable tool for assessing and auditing the digital maturity of an organization and for identifying its internal practices of converting into a transformed digital version at a more mature stage. The digital maturity model offers a good solution on how organizations can systematically adapt to the current digital change, focusing on the main dimensions to be transformed (Soltanifar & Smailhodžić, pp. 15-16).

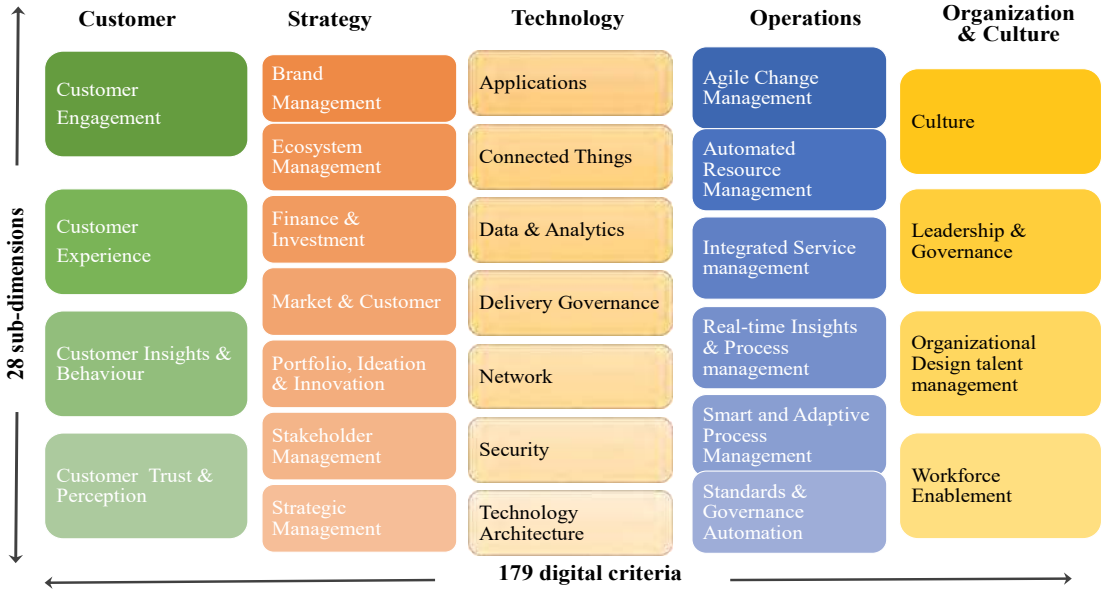


Figure 4. Dimensions of a Digital Maturity Model
Source: Soltanifar, Hughes, & Göcke, 2021, p. 16.

A number of authors redefine the focus of research interest, focusing on interdisciplinary sub-thematic research, integrating and at the same time reducing the crossroads for successful sustainable entrepreneurial behavior to multi-directional positive effects, based on the relationship between social, commercial and empirical digital context (Teran-Yepez et al., 2020). A key preconditioning factor is the pursuit of new value. Such an understanding has existed in recent decades, during which the generation of new value, based on combining the ability to identify new opportunities, generate innovative ideas and successfully transform them into working business solutions are the starting point for a good start in business. These models can evolve into external relationship management models with a higher degree of connectivity, promoting integrative value creation (Kruger et al., 2018) and synergistic links between digital applications and the models themselves.

Empirical data show a spillover of value, not limited to sales of goods and services, but creating awareness and educational value with additional socio-environmental effect, which as a result of attracting more and more stakeholders in the ecosystem from stakeholders also provides a spillover effect. (George et al., 2020; Gregory & Holzmann, 2020, p. 6). The digitalization of the environment

for the realization of entrepreneurial models contributes to the addition of an institutional context (Gregori et al., 2019). Digitalization based on connectivity, openness, accessibility, and generosity broadens the perspective of sustainable entrepreneurial business models. It shifts the focus on sustainable entrepreneurs balancing environmental, social and commercial value creation in the digital age (Teran-Yepez et al., 2020) and prioritizes the concept of spillover beyond value. clients, forming communities and activities for co-creation and wider stakeholder integration, with new perspectives for creating entrepreneurial value for sustainability (Gregori & Holzmann, 2020, p. 7). Digital solutions improve connectivity and accessibility, but this can counteract environmental and social aspirations.

3. Conclusion

The digitalisation of economies, including placing entrepreneurs in a new environment in which to offer ideas, sell solutions and attract value flows, requires the prioritization of mixed value. Time, people, resources and efforts are the factors that determine the direction of customer behavior within the environment, but their combination in a way that takes into account the digitalization of the environment in all its manifestations, provides new opportunities for achieving additional efficiency, increasing sustainability of the lifestyle of customers and a more balanced structure of the offered values and business benefits. The combination of infrastructures such as platforms, social media interfaces, blogs, whiteboards, etc. spaces for community interactions are created with a growing integrative effect on stakeholders, which stimulates the growth of the open and dynamic nature of entrepreneurial business models and its new dimensions.

References

Aldogan Eklund, M. & Leick, B. (11 June 2021). *Digital – Digital Entrepreneurship as Innovative Entrepreneurship*. https://doi.org/10.1002/9781119832522.ch13. In: *Innovation Economics, Engineering and Management Handbook* 2: Special Themes. (11 June 2021). Editor(s): Dimitri Uzunidis, Fedoua Kasmi, Laurent Adatto, DOI:10.1002/9781119832522.

Digital Transformation of European Industry & Enterprises. (2015). EC http://ec.europa.eu-/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native.

George, G., Merrill, R.K., Schillebeeckx, S.J.D. (2020). Digital sustainability and entrepreneurship: how digital innovations are helping tackle climate change and sustainable development. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 45(5), 999-1027.

Gregori, P. & Holzmann, P. (1 November 2020). Digital sustainable entrepreneurship: A business model perspective on embedding digital technologies for social and environmental value creation. *Journal of Cleaner*

Production. Vol. 272, 122817. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122817.

Gregori, P., Wdowiak, M.A., Schwarz, E.J. & Holzmann, P. (2019). Exploring value cre-ation in sustainable entrepreneurship: insights from the institutional logicsperspective and the business model lens. *Sustainability*, 11, 2505. https://doi.org/10.3390/su11092505.

Hosu, I, & Iancu, I. (2017). *Digital Entrepreneurship and Global Innovation*. Pennsylvania: Hershey, IGI Global.

Kane, G.C., Palmer, D., Phillips, A.N., Kiron, D., Buckley, N. (2017). Achieving Digital Maturity. *MIT Sloan Management Review* and Deloitte Univ. Press.

Kruger, C., Caiado, R.G.G., França, S.L.B. & Quelhas, O.L.G. (2018). A holistic model integrating value co-creation methodologies towards the sustainable development. *Journal of Cleaner Production,* 191, 400-416. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.180.

Li, W., Du, W. & Yin, J. (2017). Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: the case of Zhongguancun. *Frontiers of Business Research in China,* 11**,** 5. https://doi.org/10.1186/s11782-017-0004-8.

Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S. & Giselbrecht, C. (September 2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300-310, https://doi.org/10.1111/caim.12227.

Soltanifar, M., Hughes, M. & Göcke, L. (2021). *Digital Entrepreneurship Impact on Business and Society*. Springer: Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6.

Soltanifar, M. & Smailhodžić, E. (2021). Developing a Digital Entrepreneurial Mindset for Data-Driven, Cloud-Enabled, and Platform-Centric Business Activities: Practical Implications and the Impact on Society. *Digital Entrepr., Future of Business and Finance*, Springer, https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_1.

Steininger, D. (February 2019). Linking Information Systems and Entrepreneurship: A Review and Agenda for IT-Associated and Digital Entrepreneurship Research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363-407. DOI: 10.1111/isj.12206.

Teran-Yepez, E., Marín-Carrillo, G.M., Casado-Belmonte, M.P., Capobianco-Uriarte, M.M., 2020. *Sustainable entrepreneurship: review of its evolution and new trends*. J. Clean. Prod. 252, 119742. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119742.

Zhao, F. & Collier, A. (September 2016). Digital entrepreneurship: research and practice. 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business: Innovation, Entrepreneurship and Digital Ecosystems. *(PDF) Digital Entrepreneurship: Research and Practice*. 2173-2182.