СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

„Димитър А. Ценов" - Свищов

KreativEU
Knowledge & Creativity European University

Международна научно-практическа конференция

90 години дарителство, знание, иновации и устойчиво развитие в СА „Д. А. Ценов" – Свищов

Том III



5-7 ноември 2026 г.

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

90 ГОДИНИ ДАРИТЕЛСТВО, ЗНАНИЕ, ИНОВАЦИИ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ В СА „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

Свищов, 5-7 ноември 2026 г.

Посветена на 90 години от създаването на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“

Сборник с доклади

ТОМ III

Международната научно-практическа конференция е организирана при изпълнение на Административен договор № КП-06-МНФ/23 от 18.08.2026 г. (BNSF-1.010-0023-C01) на Фонд „Научни изследвания“ при МОН по Процедура за подкрепа на международни научни форуми, провеждани в Република България

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2026

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Марин Маринов
Ректор на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – председател
Проф. д-р Красимир Шишманов
Проф. д. н. Божидар Божинов
Проф. д-р Любчо Варамезов
Доц. д-р Маргарита Шопова
Доц. д-р Ваня Григорова
Доц. д-р Румен Ерусалимов
Доц. д-р Пламен Йорданов
Доц. д-р Драгомир Илиев
Доц. д-р Иван Марчевски
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Сергей Найденов
Доц. д-р Катя Личева
Проф. д-р Пенка Шишманова
Доц. д-р Елена Йорданова
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Пепа Стойкова
Доц. д-р Михаил Чиприянов
Доц. д-р Любка Илиева
Доц. д-р Теодора Филипова
Ст. преп. Елка Узунова
Ст. преп. д-р Радослав Николов

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ
Доц. д-р Здравко Любенов – *председател*
Проф. д-р Светослав Илийчовски
Проф. д-р Атанас Атанасов
Доц. д-р Галина Чиприянова
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Красимира Славева
Гл. ас. д-р Асен Божиков
Ст. преп. д-р Венцислав Диков

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ
Проф. д-р Атанас Атанасов – *председател*
Проф. д-р Светослав Илийчовски
Проф. д-р Красимир Шишманов
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Танер Исмаилов
Доц. д-р Здравко Любенов
Доц. д-р Галя Иванова-Кузманова
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Елена Йорданова
Доц. д-р Любка Илиева
Доц. д-р Валентин Милинов
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Маруся Смокова-Стефанова
Доц. д-р Венцислав Василев
Доц. д-р Зорница Петкова

Публикуваните материали са рецензирани по метода на двойно сляпо рецензиране. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете. Фонд „Научни изследвания“ не носи отговорност за съдържанието на докладите, представени на научния форум, както и за съдържанието на рекламните и други материали за него.

ISBN 978-954-23-2690-8 (print)
ISBN 978-954-23-2691-5 (online)

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS – SVISHTOV

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

90 YEARS OF CHARITY, KNOWLEDGE, INNOVATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS - SVISHTOV

Svishtov, 5th - 7th November 2026

Dedicated to the 90th anniversary since the establishment of D. A. Tsenov Academy of Economics

Conference Proceedings

VOLUME III

The International Scientific and Practical Conference was organized in the implementation of Administrative Contract № КП-06-МНФ/23 of August 18, 2026 (BNSF-1.010-0023-C01), awarded by the Bulgarian National Science Fund at the Ministry of Education and Science under the Procedure for Support of International Scientific Forums Held in the Republic of Bulgaria

Tsenov Academic Publishing House
Svishtov
2026

PROGRAM COMMITTEE
Assoc. Prof. Marin Marinov, PhD
Rector of D. A. Tsenov Academy of Economics
Prof. Krasimir Shishmanov, PhD
Prof. Bozhidar Bozhinov, PhD
Prof. Lyubcho Varamezov, PhD
Assoc. Prof. Margarita Shopova, PhD
Assoc. Prof. Vanya Grigorova, PhD
Assoc. Prof. Rumen Jerusalemov, PhD
Assoc. Prof. Plamen Yordanov, PhD
Assoc. Prof. Dragomir Iliev, PhD
Assoc. Prof. Ivan Marchevski, PhD
Assoc. Prof. Irena Emilova, PhD
Assoc. Prof. Sergey Naydenov, PhD
Assoc. Prof. Katya Licheva, PhD
Prof. Penka Shishmanova, PhD
Assoc. Prof. Elena Yordanova, PhD
Assoc. Prof. Plamen Petkov, PhD
Assoc. Prof. Pepa Stoykova, PhD
Assoc. Prof. Mihail Chipriyanov, PhD
Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD
Assoc. Prof. Teodora Filipova, PhD
Senior Lecturer Elka Uzunova
Senior Lecturer Radoslav Nikolov, PhD

ORGANIZING COMMITTEE
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov. PhD, Chairman
Prof. Svetoslav Iliychovski, PhD
Prof. Atanas Atanasov, PhD
Assoc. Prof. Galina Chipriyanova, PhD
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, PhD
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, PhD
Ch. Assist. Prof. Asen Bozhikov, PhD
Sen. Lect. Ventsislav Dikov

EDITORIAL BOARD
Prof. Atanas Atanasov, PhD – Chair
Prof. Svetoslav Iliychovski, PhD
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD
Prof. Krasimir Shishmanov, PhD
Assoc. Prof. Taner Ismailov, PhD
Assoc. Prof. Zdravko Lyubenov, PhD
Assoc. Prof. Galya Ivanova-Kuzmanova, PhD
Assoc. Prof. Irena Emilova, PhD
Assoc. Prof. Hristo Sirashki, PhD
Assoc. Prof. Elena Yordanova, PhD
Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD
Assoc. Prof. Valentin Milinov, PhD
Assoc. Prof. Krasimira Slaveva, PhD
Assoc. Prof. Marusya Smokova-Stefanova, PhD
Assoc. Prof. Ventsislav Vasilev, PhD
Assoc. Prof. Zornitsa Petkova, PhD

The published materials have been peer-reviewed using the double-blind review method. The authors are solely responsible for the content of the materials, the opinions expressed, the data used, the cited sources, and the linguistic formatting of the texts. The Bulgarian National Science Fund bears no responsibility for the content of the papers presented at the scientific forum, nor for the content of its promotional or other materials.

ISBN 978-954-23-2690-8 (print)
ISBN 978-954-23-2691-5 (online)

СЪДЪРЖАНИЕ

ТОМ III
ОТРАСЛИ НА ИКОНОМИКАТА

THE FRANCHISE BUSINESS MODEL IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL BUSINESS: OPPORTUNITIES AND LEGAL PERSPECTIVES
Prof. Dr. Emilija Gjorgjioska, PhD, Prof. Dr. Tatjana Spaseska, PhD, Prof. Dr. Aneta Risteska-Jankuloska, PhD, Prof. Dr. Dragica Odzaklieska, PhD 9

ЧОВЕШКИЯТ КАПИТАЛ КАТО ФАКТОР ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ УСПЕХ – ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ СРЕД МЛАДИ БЪЛГАРСКИ ПРЕДПРИЕМАЧИ
Проф. д-р Любчо Варамезов, докторант Любомир Николов..... 19

ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ СХЕМИ ЗА КАЧЕСТВО ПРИ СЕЛСКОСТОПАНСКИТЕ ПРОДУКТИ И ХРАНИ В БЪЛГАРИЯ
Проф. д-р Марина Николова..... 27

ПРИЛАГАНЕ НА КЛЪСТЕРЕН АНАЛИЗ ПРИ МОНИТОРИНГ НА ДЕБИТОРСКАТА ЗАДЛЪЖНЯЛОСТ
Проф. д-р Светослав Илийчовски..... 37

ФОЛКЛОРНИЯТ ТУРИЗЪМ КАТО РЕСУРС ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ: СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОДХОД
Проф. д-р Теодора Димитрова, д-р Захарина Томова 47

ОЦЕНКА НА ЧУВСТВИТЕЛНОСТТА НА ВЪТРЕШНОТО ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ОСНОВНИ ХРАНИТЕЛНИ ПРОДУКТИ В КОНТЕКСТА НА ХРАНИТЕЛНАТА СИГУРНОСТ НА БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Ангел Саров, Гл. ас. д-р Михаела Михайлова, гл. ас. д-р Даниела Цвяткова, гс. д-р Боряна Козарева, ас. Диляна Бояджиева 54

ПРЕКИТЕ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ НА БАЛКАНИТЕ – ХРОНОЛОГИЯ И ВЪЗМОЖНОСТИ
Доц. д-р Добрин Ганчев, доц. д-р Сергей Найденов 62

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА УПРАВЛЕНСКИЯ ПРОЦЕС В СЪВРЕМЕННИТЕ ЗЕМЕДЕЛСКИ СТОПАНСТВА
Доц. д-р Елена Йорданова, гл. ас. д-р Георги Ангелов, гл. ас. д-р Цветан Марков..... 73

ПОДКРЕПА НА ИНИЦИАТИВИ ЗА УСТОЙЧИВОСТ - ВОДЯТ ЛИ ПОЛОЖИТЕЛНИТЕ НАГЛАСИ ДО ГОТОВНОСТ ЗА ПОЕМАНЕ НА РАЗХОДИ?
Доц. д-р Емил Николов 78

ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА БИЗНЕСА – ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ КОНТЕКСТ
Доц. д-р Искра Пантелеева, проф. д-р Беата Сковрон-Миелник, гл. ас. д-р Себастиан Наройчик..... 88

ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ И ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ КАТО ДВИГАТЕЛИ НА НОВИТЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМА
Доц. д-р Любка Илиева, проф. д.ик.н. Марина Алексеевна Измайлова 97

ИНОВАЦИОННИ ПОДХОДИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРОПЕРАТОРСКАТА ДЕЙНОСТ
Доц. д-р Любомира Тодорова 105

СЕМЕЙНИЯТ БИЗНЕС В БЪЛГАРИЯ КАТО МОДЕЛ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ТЪРГОВСКА ДЕЙНОСТ
Доц. д-р Петранка Мидова 112

ПРИНОС НА ИКОНОМИКАТА НА СПОДЕЛЯНЕТО ЗА ПОСТИГАНЕ НА ЦЕЛИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
Доц. д-р Петя Иванова..... 119

ИЗСЛЕДВАНЕ ПРИЛОЖЕНИЕТО НА АНАЛИЗА НА ГОЛЕМИ ДАННИ В ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ РИТЕЙЛ СЕКТОРА: ПРИМЕРИ ОТ ЕВРОПЕЙСКИ СТРАНИ
Доц. д-р Симеонка Петрова..... 127

THE ROLE OF DIGITAL ECOSYSTEMS IN ACCELERATING ENTREPRENEURIAL CAPACITY IN EMERGING ECONOMIES
Assoc. Prof., PhD Tatiana Bucos..... 137

ТУРИЗЪМ В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛНА ИКОНОМИЧЕСКА И ГЕОПОЛИТИЧЕСКА КРИЗА
Доц. д-р Тихомир Личев..... 145

СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА – ХАРАКТЕРИСТИКИ, ЦЕЛИ, ОБХВАТ
Гл. ас. д-р Ваня Ганева..... 151

ДИСПРОПОРЦИИ В ДИГИТАЛНОТО РАЗВИТИЕ НА ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова, гл. ас. д-р Иван Маринов..... 158

СЪТРУДНИЧЕСТВОТО И ИНДУСТРИАЛНИТЕ ЕКОСИСТЕМИ КАТО ДВИГАТЕЛИ ЗА ИНОВАЦИИ И РАЗВИТИЕ НА МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Гл. ас. д-р Ивайло Костов 166

THE INTRODUCTION OF THE EURO AND THE FUTURE OF RETAIL TRADE IN BULGARIA: ATTITUDES AND PROSPECTS
Head Assist. Prof. PhD, Ivan Marinov 173

СЪВРЕМЕННИ АГРОБИЗНЕС РЕШЕНИЯ В КОНТЕКСТА НА КРЪГОВАТА ИКОНОМИКА
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева..... 181

ДИГИТАЛНО ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ: ИНОВАЦИИ, МАРКЕТИНГ И ИКОНОМИЧЕСКИ ЕФЕКТИ
Гл. ас. д-р Кристина Шопова, д-р Юлия Проценко 188

СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ОКОЛНАТА СРЕДА НА ГРИФИД ХОТЕЛИ
Гл. ас. д-р Павлин Павлов 196

ТЪРГОВСКИ КОМУНИКАЦИИ И ИЗПОЛЗВАНЕТО ИМ ОТ СЪВРЕМЕННИ ЗЕМЕДЕЛСКИ ФИРМИ
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 204

ДОВЕРИЕТО В СПОДЕЛЯНЕТО НА ЗНАНИЯ
Гл. ас. д-р Явор Станев 208

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В КОНТЕКСТА НА НАГЛАСИТЕ В БЪЛГАРСКОТО ОБЩЕСТВО И БИЗНЕС
Ас. д-р Александър Личев 217

ТЕНДЕНЦИИ ПРИ РЕГИСТРАЦИЯТА НА ДРУЖЕСТВА С ПРОМЕНЛИВ КАПИТАЛ В БЪЛГАРИЯ
Ас. д-р Елена Вълчева 225

ТЪРГОВСКИТЕ ФИРМИ В СВИЩОВ В ПЕРИОДА ОТ ОСВОБОЖДЕНИЕТО ДО ВОЙНИТЕ (1912-1918 Г.) – ОБЩ ПРЕГЛЕД
Преп. д-р Емилия Вачева 232

СПЕЦИФИКИ ПРИ „МОДУЛИРАНЕ“ НА ПРАВООТНОШЕНИЯТА В АДМИНИСТРАТИВНОНАКАЗАТЕЛНОТО ПРОИЗВОДСТВО В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ“ /ОБЗОР НА ПОРОЧНАТА САНКЦИОННА ПРАКТИКА
Преп. Игнат Папазов 240

ОБОГАТЯВАНЕТО НА ДЛЪЖНОСТТА – СТРАТЕГИЯ ЗА МОТИВАЦИЯ И ПРЕДПОСТАВКА ЗА ФОРМИРАНЕ НА НЕФОРМАЛНИ ИНОВАЦИОННИ МРЕЖИ
Докторант Анелия Станева 246

РЕТРОСПЕКТИВЕН АНАЛИЗ В РАЗВИТИЕТО НА ПОДХОДА ЛИДЕР КЪМ ВОМР
Докторант Аделина Ангелова 253

ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ГОЛФ ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ
Докторант Ангел Ангелов 263

ТЕРИТОРИАЛНО РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ЗАЕТОСТТА И РЕГИОНАЛНИ РАЗЛИЧИЯ В БАЛНЕО, СПА И УЕЛНЕС ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ
Докторант Антоанета Христова, ас. д-р Бартош Марчинковски 270

ДИСБАЛАНСИ И ПАЗАРНИ ДЕФОРМАЦИИ НА ПОЗЕМЛЕНИТЕ ОТНОШЕНИЯ В БЪЛГАРИЯ
Докторант Атанас Атанасов 278

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ ПОТЕНЦИАЛА НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В СЪВРЕМЕННИТЕ ЗЕМЕДЕЛСКИ СТОПАНСТВА В КОНТЕКСТА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ
Докторант Боримил Шопов 285

КЛИМАТОЛЕЧЕНИЕТО КАТО СПЕЦИАЛИЗИРАНА ФОРМА НА ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ: ТЕОРЕТИЧЕН АНАЛИЗ И КОНЦЕПТУАЛНО ПОЗИЦИОНИРАНЕ
Докторант Ваня Стоева-Андонова..... 290

ОТ ЛИНЕЙНИЯ КЪМ КРЪГОВИЯ МОДЕЛ: КОНЦЕПТУАЛНИ ОСНОВИ И СЕКТОРНИ ПРОЯВЛЕНИЯ В ТУРИЗМА
Докторант Виктория Георгиева Джамбазка..... 297

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ – ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ И ЦЕЛЕВИ ОРИЕНТИРИ
Докторант Деница Гъркова 306

ЗАЩО ESG НЕ РАБОТИ (И КАК ДА ГО НАПРАВИМ ДА РАБОТИ): КРИТИЧЕН АНАЛИЗ НА ESG ПРАКТИКИТЕ В МСП
Докторант Десислава Белева-Димитрова 313

МЕСТНОТО САМОУПРАВЛЕНИЕ КАТО ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ
Докторант Ива Пламенова Панайотова..... 324

ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ ИНОВАЦИИ КАТО ФАКТОР ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ
Докторант Калин Борисов..... 332

ФИНАНСИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ ЧРЕЗ НПВУ И ЕВРОПЕЙСКИТЕ ФОНДОВЕ
Докторант Мария Иванова Павлова-Кондрова..... 340

ЗАПЛАХИ ЗА КОРПОРАТИВНАТА СИГУРНОСТ ПРЕД ТЪРГОВСКИЯ БИЗНЕС
Докторант Ралица Йовчева..... 349

ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ КАТО ФАКТОР ЗА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
Докторант Теодора Попова 357

РАЗВИТИЕ НА ИНДУСТРИЯТА В БЪЛГАРИЯ – РЕТРОСПЕКТИВЕН АНАЛИЗ
Докторант Тихомир Георгиев..... 367

РОЛЯТА НА КЕТЪРИНГ ОБСЛУЖВАНЕТО КАТО ФАКТОР ЗА ПОВИШАВАНЕ АТРАКТИВНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ СЪБИТИЯ
Докторант Цветелина Петрова..... 375

СЪВРЕМЕННИ МЕТОДИЧЕСКИ ПОДХОДИ ПРИ РЕАЛИЗИРАНЕ НА УЧЕНИЧЕСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПЪТУВАНИЯ
Докторант Цветелина Телбис 382

ИНТЕГРИРАНЕ НА КРЪГОВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ В ПРЕДПРИЯТИЯТА КАТО ОСНОВА ЗА ПРЕХОД КЪМ ИНДУСТРИЯ 5.0
Докторант Захари Пенев..... 390

ESG PERFORMANCE AND MARKET VALUATION IN CHINA'S INDUSTRIAL SECTOR: THE MODERATING ROLE OF IDIOSYNCRATIC RISK
PhD student Yan Fu 398

R&D CAPITAL INTENSITY AND FIRM VALUE IN CHINA'S INDUSTRIAL SECTOR: EVIDENCE FROM OWNERSHIP HETEROGENEITY
PhD student Xinyue Du 412

UNMANNEDSTORES–НОВАТА КОНЦЕПЦИЯ В СВЕТОВНАТА ТЪРГОВСКА ПРАКТИКА
Студент Аница Декова 425

ОТРАСЛОВА СТРУКТУРА НА ИКОНОМИКАТА И НЕЙНОТО ЗНАЧЕНИЕ ЗА ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ
Студент Борислава Горецова 431

ВЛИЯНИЕТО НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ УПРАВЛЕНСКИТЕ РЕШЕНИЯ В МАЛКИЯ БИЗНЕС
Студент Даяна Пламенова Лучева 441

ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

ELENA DALLES AND PHILANTHROPY IN BELLE ÉPOQUE: HERITAGE, SOCIAL IMPACT AND CULTURAL LEGACY
Prof. Dr. Hab. Silviu Miloiu 455

РЕСУРСНИ И ОРГАНИЗАЦИОННИ ПРЕДПОСТАВКИ ЗА ВНЕДРЯВАНЕ НА ИИ-БАЗИРАНИ СИСТЕМИ В БЪЛГАРСКИТЕ ЧИТАЛИЩА
Доц. д-р Александрина Александрова, гл. ас. д-р Атанаска Решеткова, гл. ас. д-р Евгени Овчинников 487

ОТВЪД РЕКА ДУНАВ: НЕВИДИМИЯТ ИКОНОМИЧЕСКИ, ИНТЕЛЕКТУАЛЕН И КУЛТУРЕН МОСТ МЕЖДУ СВИЩОВ И БУКУРЕЩ ПРЕЗ ВЕКОВЕТЕ
Доц. д-р Александър Ганчев 495

КУЛТУРНОТО И ПРИРОДНОТО НАСЛЕДСТВО КАТО ОБЕКТ НА УСТОЙЧИВАТА ОТЧЕТНОСТ
Доц. д-р Галина Чиприянова, студент Emanuel Proenca Gomes, студент Rodrigo Miguel Gomes Rodrigues, студент Lara Alexandra De Paiva Tome, студент Miguel Angelo Bretes Pereira Carolo студент Santiago Pimenta Fernandes, студент Faisal S. A. Abulhatal 502

ПАРАДОКСИТЕ НА ЕДИН ТУРИСТИЧЕСКИ ОБЕКТ: РЕСТОРАНТ И БАР-ВАРИЕТЕ „ЦИГАНСКИ ТАБОР“ МЕЖДУ ЕТНИЧЕСКАТА КУЛТУРА И КОМЕРСИАЛНАТА ЕКЗОТИЗАЦИЯ
Доц. д-р Йелис Еролова, гл. ас. д-р Бехрин Шопова 509

РАЗВИТИЕ НА СТОПАНСКАТА ЕТИКА В БЪЛГАРИЯ
Доц. д-р Катя Личева 517

REMARKABLE, VETERAN AND MONUMENTAL TREES AS HERITAGE: RECOGNITION AND THE GOVERNANCE OF CARE IN SELECTED EUROPEAN JURISDICTIONS
Assoc. Prof. Lucia Nováková, PhD, Prof. Dr. Hab. Silviu Miloiu 522

ИНСТИТУЦИОНАЛНИЯТ МОДЕЛ НА СТОПАНСКАТА АКАДЕМИЯ „ДИМИТЪР А. ЦЕНОВ“ ЗА КАЧЕСТВО И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ – 90 ГОДИНИ ЛИДЕРСТВО В ИКОНОМИЧЕСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ НА СТРАНАТА
Доц. д-р Росица Колева 540

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ВНЕДРЯВАНЕТО НА ИНОВАЦИИ В КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ
Гл. ас. д-р Милен Атанасов, ас. д-р Йоана Константинова..... 550

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE EDUCATION SYSTEM
Senior Instructor PhD in Economic Sciences Fuad Jabbarov Zeydulla Oglu 558

POTENTIAL OF INTERNATIONAL LEGAL FRAMEWORKS PROTECTING INTRINSIC VALUES IN CULTURAL HERITAGE
Assistant Professor PhD Said Edaich 567

MANAGEMENT OF CULTURAL-RELIGIOUS HERITAGE: HISTORICAL, SPIRITUAL, AND INTERNATIONAL DIMENSIONS OF FÁTIMA AND CZĘSTOCHOWA
Katarzyna Łukaniszyn-Domaszewska, PhD, Katarzyna Mazur-Włodarczyk, PhD, Elżbieta Karaśq, PhD..... 576

INDUSTRY-ORIENTED CHINESE CRAFTS: AN EXPECTATIONS PERSPECTIVE
Katarzyna Mazur-Włodarczyk, PhD, Katarzyna Łukaniszyn-Domaszewska, PhD 588

WOMEN DONATIONS TO SWEDISH RELIGIOUS INSTITUTIONS
PhD student Ciocoiu Elena-Adriana 599

РОЛЯТА НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ЗА ОПАЗВАНЕТО НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО
Студент Димитрийка Атанасова Чакова 606

КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО КАТО РЕСУРС ЗА МЕСТНОТО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ В МАЛКИТЕ ГРАДОВЕ
Студент Николина Кирякова 615

UNMANNEDSTORES – НОВАТА КОНЦЕПЦИЯ В СВЕТОВНАТА ТЪРГОВСКА ПРАКТИКА

Студент Аница Декова[1]

Резюме: *Настоящият доклад е посветен на относително нова концепция в ритейл сектора- безпилотните търговски обекти. Те са широко разпространени по света и набират популярност всеки ден. Фокусът е поставен главно върху решенията и стратегиите, използвани от различните компании, за да приспособят unmannedstores-концепцията към локалните си пазарни реалности, както и да предложи добри практики, които могат да бъдат имплементирани в българския ритейл сектор.*

Ключови думи: *unmannedstores, магазини без персонал, търговски обекти, търговия на дребно*

JEL: L81

UNMANNED STORES – THE NEW CONCEPT IN THE WORLD RETAIL PRACTICE

Student Anitsa Dekova

Resume: *This report is dedicated to a relatively new concept in the retail sector- the unmanned stores. They are widely spread across the globe and they are gaining popularity by the day. The focus is placed mainly on the different solutions and strategies used by the companies to accommodate the unmanned stores-concept to their local market realities as well as to offer good practices that can be implemented by the Bulgarian retail sector.*

Key words: *unmanned stores, retail formats, retail business*

JEL: L81

1. Въведение

Търговията е наука за удовлетворяване на човешките потребности. Тя се осъществява от хора за други хора, т.е. човешкият капитал е ключов за успеха на търговската дейност. На теорията и практиката са известни голям брой формати за търговия, всички включващи присъствието на персонал – удобни магазини, хипермаркети, молове и др. Форматът за търговията на дребно е комбинация на различните продуктови фактори с околната среда, които образуват търговската стратегия заедно с метода на

[1] E-mail: 211377@uni-svishtov.bg; Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

търговското **обслужване**, вида и размера на обекта, представени от търговците на дребно в „пакет“ пред потребителите(Костова & Петров, 2010). По тази причина словосъчетания като „магазин без персонал“ или „безпилотен обект“ могат да звучат не просто футуристично, а немислимо. Въпреки това, този тип търговски обекти вече са факт,дори и в пълен противовес на концепцията на Walmartза people-greeters[2], а популярността и пазарното им присъствие постепенно нарастват навсякъде по света.

2. Научно-приложни резултати от проведено изследване на безпилотните обекти

Настоящият параграф акцентира върху развитието на безпилотните обекти в световния търговски опит като целта е да се предложат добри практики и модели, които могат да бъдат приложени набългарския пазар. Пазарът на безпилотни магазини бележи висок интензитет през последните години. По данни на The Business Research Company(Global Unmanned Stores Market Report 2026, 2026)размерът му се оценява на 82,56 милиарда долара през 2025 г., но се очаква растеж до 103,39 милиарда долара през 2026 г., при среден годишен темп на растеж (CAGR) от 25,2%,а през 2030 г. – 252,29 милиарда долара.Причините могат да се търсят в нарастването на: разходите за труд; урбанизацията; дигиталните методи за разплащане; предпочитанията за удобство и др.

Сегментирането на глобалния пазар на магазини без персонал може да се представи по следния начин (вж. таблица 1):

Таблица 1. Видове безпилотни търговски обекти в световен мащаб

Признак	Вид
Според типа магазин	Напълно автоматизирани, Полуавтоматизирани киоски за самообслужване
Според начина на плащане	Безкасово, В брой
Според предлагането	Решения, Услуги
Според разположението	Вътрешни (на закрито), Външни (на открито)
Според индустрията на крайния потребител	Хотелиерство и ресторантьорство, Здравеопазване и фармацевтика, Бързооборотни стоки, Други индустрии

Източник: адаптирано от автора по https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/unmanned-stores-global-market-report

Amazon – пионерът в сектора

Amazon е мултинационална компания, основана през 1994 г. Тя развива разнообразно портфолио от дейности: е-търговия, изкуствен интелект, ITи др. Част от него е и веригата удобни магазини –AmazonGoc обекти в САЩ и Обединеното кралство.AmazonGo са високотехнологични безпилотни търговски обекти (обекти без персонал). Те използват компю-

[2] People-greeters са служители, които посрещат и изпращат клиентите, като по този начин осигуряват позитивна първа точка на контакт между клиентите и персонала.

търно зрение, алгоритми за дълбоко обучение, сензори за движение и др., за да се осъществи процеса по покупка, сканиране и плащане на стоките.

Като „пропуск“ за обектите клиентите използват QR-код, генериран в мобилното приложение на Amazon, което се използва и като основен метод за плащане. Множество камери записват направените от клиентите покупки като информацията се прехвърля на Amazon-акаунта на клиента и впоследствие се таксуват. Всичко това, само по себе си, предполага, че клиентите трябва да имат смартфон, за да достъпят приложението, както и банкова сметка и карта, за да могат да правят покупки.Ограничението в методите на плащане влече ограничение и на кръга потребители, като тези с по-скромни финансови възможности няма да могат да се възползват от предимствата на веригата. Това повдига въпроса дали подобно деление на клиентите представлява дискриминация. Именно такива опасения стоят зад законовите забрани на различни градове в САЩ (Ню Джърси, Чикаго, Филаделфия и др.) за съществуване на търговски обекти, в които не може да се заплаща в брой. От Amazonce адаптират бързо към нововъведените законови рестрикции и обектите започват да приемат и плащания в брой. През 2024г. в Интернет пространството излиза информация, че зад „високотехнологичната“ ритейл верига всъщност стои екип от над 1000 индийски работници, чиято задача е да одобряват ръчно всяка трансакция. Разкритието води до въпроси като: дали технологиите наистина могат да поддържат „магазините на бъдещето“ и ако да, то инвестицията и разходите заслужават ли си? През 2026г. Amazon изоставя проекта, затваря всички локации на веригата и се фокусира върху дейността на Wholefoods, верига за търговия на дребно със здравословни хранителни продукти, която тя придобива през 2017г.

Zabka и безпилотните обекти на Полша

Zabka е полска компания, основана през 1998г. Тя развива богато портфолио от брандове в стремежа си да достигне до възможно по-голям брой клиенти на ежедневна база- Zabka, ZabkaCafé, ZabkaDrive и Froo. В това начинание компанията извежда удобството на нано-ниво с проекта си ZabkaNano. Това са верига безкасови и без персонал магазини. Сред предимствата им са „бързината на обслужване“, възможността за приспособяване на формата към различни локации и групи клиенти, иновацията, постигната чрез пълна автоматизация, но най-важна остава достъпността[3]. Обектите са отворени 24/7 през цялата година. И докато в това няма нищо необичайно за българския пазар, то в Полша нещата стоят различно, поради т.нар. „Sunday Trade Ban“ – забрана за търговия в неделя, наложена от държавата на бизнеса. В обхвата й попадат почти всички търговски обекти като търговски центрове, молове, хранителни магазини, хипермаркети и

[3] Според официалния сайт на Zabka https://zabkagroup.com/convenience/nano/

др. и важи за почти всички недели през годината. Търговските обекти без персонал преодоляват с лекота тази забрана и продължават да функционират безпроблемно като осигуряват удобство за клиентите без търговците да търпят загуби.

Unmannedstores – концепцията в Япония

Безпилотните обекти са концепция, която все още се развива в световен мащаб, но в Япония тя вече е достигнала върхната си точка. От дълго време удобните магазини, т.нар. „konbini“,започват да възприемат принципите на unmannedstores-философията поради недостига на служители и нуждата от намаляване на разходите за персонал. Сред тях са 7-Eleven, FamilyMart, Lawson и др. Те също използват изкуствен интелект, камери, високочестотна идентификация и др., но използват и биометрични данни като начин за извършване на плащането: лицево разпознаване или сканиране на пръстовите отпечатъци. Това не само елиминира излишно чакане, но добавя и допълнителна защита от онлайн грешки и злоупотреби(Retail Sector: The Rise of Unmanned Stores in Japan, 2026), (Unmanned Stores Are on the Rise in Japan, 2026).В страната на изгряващото слънце подобни обекти имат дългогодишни традиции и история. Познати като Mujin Hanbaisho, те представляват малки, най-често крайпътни щандове за плодове и зеленчуци, върху които фермерите от района разполагат стоката си. Клиентите получават информация за цените от поставените етикети, избират от продукцията и поставят необходимата сума в специална за целта кутия. Тази „разплащателна“ система почива на доверието, съвестта и моралните качества на потребителите, а не на високотехнологичните устройства и изкуствения интелект.

3PointBox – новото „холандско чудо“

Наскоро разработената в Нидерландия 3PointBox (триточкова кутия) е подвижно цялостно решение за безпилотни търговски обекти(3PointBox разработва решение за безпилотни търговски обекти, 2023). За разлика от вече описаните безпилотни формати, посветени най-вече на продажбата на бързооборотни стоки, 3PointBox представляват премествеми безпилотни търговски обекти за продажба на плодове и зеленчуци. По този начин клиентите могат да получат прясна продукция директно от производителите. Обектите се поставят на стратегически локации като пътища, паркинги и др. Те не използват персонал, наличностите се следят посредством онлайн система, а свежестта на продуктите се осигурява чрез система за охлаждане, която поддържа температурата на съхранение 4°C. С цел разграничение от конкуренцията, външното оформление на обекта може да бъде персонализирано съгласно желанията и нуждите на различните търговци. От направеното описание е видно, че 3PointBox представлява едно своеобразно хибридно съчетание между иновацията, дизайна и удобството и тради-

ционната японска концепция Munji Hanbai, което на свой ред показва, че традицията и иновацията могат да вървят „ръка за ръка“ за създаването на нови и уникални ритейл формати, носещи полза на всички участници на пазара.

Следите на UnmannedStores – концепцията в България

В световната търговска практика се утвърждава тенденцията удобните магазини да се автоматизират и превръщат в безпилотни обекти. В България се наблюдава обратното явление – наченки на unmannedstores-концепцията започват да прилагат големите ритейлъри: Lidl, Billa, Kaufland, а също и търговецът на едро – Metro, докато удобните магазини като Minimart и „Моят магазин“ залагат най-вече на човешкия контакт като част от тяхната концепция са „бързото и любезно обслужване“[4].

Споменатите вериги през последните години разкриват голям брой каси на самообслужване: към февруари 2024г.Billa има над 300 каси в над 83 обекта;Kaufland – над 211, като броят им непрекъснато се увеличава; Lidl ги добавя поетапно по време на реновиране на обектите (по 4-5 каси на самообслужване на обновен обект)(Касите на самообслужване – хит при веригите тук, разколебаване на Запад, 2024). Докато в България техният брой нараства с всеки изминал ден, то по света отново тенденцията е противоположна – търговците започват да се връщат към традиционното обслужване на каса, което гарантира по-ниски разходи за поддръжка на скъпо оборудване и осъществяване на контрол, както и намаляване рисковете от кражби и неправилно чекиране на стоките.

Следваща стъпка към автоматизацията прави Kaufland с услугата си K-Scan.Тази функция позволява на клиентите, но само в определени обекти, да използват специални ръчни скенери или да използват телефона си като такъв чрез мобилното приложение на веригата, за да сканират продуктите веднага, а при касите на самообслужване единствено да чекират генерирания QR-код. Това улеснява клиентите като спестява чакането на каса с обслужване от служител. На сайта на ритейлъра има подробни инструкции за правилно сканиране на групите артикули – теглови, бройкови, от витрина с обслужване и плодове и зеленчуци, продукти от пекарна. Скенерът също показва и стойността на покупката, след всеки сканиран продукт. Услугата K-Scan всъщност има доста прилики с умните колички, въведени от Morrisons и на практика се явява тяхна опростена версия. Те използват изкуствен интелект, чрез който продуктите се разпознават автоматично след поставянето им в количката, пресните продукти също се претеглят автоматично. Екранът на количката показва сумата на покупката до момента, а накрая купувачите просто сканират баркода от екрана на колич-

[4] Според официалния сайт на Minimart https://mini-mart.bg/za-nas/

ката на специално обозначена каса Caper, за да завършат плащането (Berthiaume, 2026), (Morrisons въведе първата AI пазарска, 2026).

Заключение

В настоящия доклад са анализирани безпилотните обекти като явление в световната търговска практика.За тяхното осъществяване преимуществено се използват високотехнологични решения, тъй като новите технологии имат подкрепяща роля за утвърждаване на конкурентните предимства на веригите за бързооборотни стоки. Те допринасят за разнообразяване на асортимента, ускоряване на стокообращаемостта, намаляване на разходите, повишаване удовлетвореността на клиентите.Изложени са решенията и стратегиите, прилагани от различните компании по света, за да пригодят концепцията към пазарите, на които оперират: заобикаляне на забрани за търговия; повишаване на конкурентоспособността; достигане до по-голям брой клиенти, а в някои случаи – това е просто традиция, която почива и се развива благодарение на съвестта и морала на потребителите. В България, от друга страна, безпилотните обекти са слабо познати и засега отсъстват от пазара. Има само следи на unmannedstores-концепцията, които се прилагат от хипермаркетите, вместо от удобните магазини, макар те да не са склонни все още да изоставят напълно традиционното обслужване от служители. Въпреки това те не представляват уникално пригодено за българския пазар решение, а просто преповтарят световния опит, а докато такова липсва никога няма да има ясен отговор дали безпилотните обекти биха имали добра почва за развитие у нас.

Използвани източници

Касите на самообслужване – хит при веригите тук, разколебаване на Запад. (2024). Извлечено от Капитал: https://www.capital.bg/biznes/stoki_i_prodajbi/2024/02/22/4590558_kasite_na_samoobslujvane_hit_pri_verigite_tuk/

Костова, С., & Петров, И. (2010). *Търговия на дребно.* София: УИ Стопанство.

3PointBox разработва решение за безпилотни търговски обекти. (2023). Извлечено от Български фермер: https://www.bgfermer.bg/Article/13511447

Berthiaume, D. (2026). *Morrisons first U.K. grocer to deploy AI-enabled Instacart smart carts*. Извлечено от Chain Store Age - The Business of Retail: https://chainstoreage.com/morrisons-first-uk-grocer-deploy-ai-enabled-instacart-smart-carts

Global Unmanned Stores Market Report 2026. (2026). Извлечено от The Business Research Company: https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/unmanned-stores-global-market-report

Morrisons въведе първата AI пазарска. (2026). *Progressive, 7*, 8.

Retail Sector: The Rise of Unmanned Stores in Japan. (2026). Извлечено от apacbusinessstandard.com: https://apacbusinessstandard.com/retail-sector-the-rise-of-unmanned-stores-in-japan/

Unmanned Stores Are on the Rise in Japan. (2026). Извлечено от WEB-JAPAN: https://web-japan.org/trends/11_tech-life/tec202309_unmanned-stores.html