СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ
„ДИМИТЪР А. ЦЕНОВ“
СВИЩОВ

Катедра „Индустриален бизнес
и предприемачество“

СБОРНИК

с доклади от кръгла маса

ИНДУСТРИАЛНИЯТ БИЗНЕС И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛНИ ТРАНСФОРМАЦИИ

16 октомври 2026 г.



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

Сборник с доклади от кръгла маса:

ИНДУСТРИАЛНИЯТ БИЗНЕС И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛНИ ТРАНСФОРМАЦИИ

16 октомври 2026 г.

Академично издателство „Ценов“
Свищов, 2026

Организационен комитет:
доц. д-р Сергей Найденов
гл. ас. д-р Явор Станев
гл. ас. д-р Ивайло Костов
ас. д-р Александър Личев

Редакционен съвет:
Проф. д-р Атанас Атанасов
проф. д-р Анета Денева
проф. д-р Любчо Варамезов
доц. д-р Сергей Найденов
доц. д-р Искра Пантелеева
доц. д-р Емил Николов

Рецензенти:
проф. д-р Анета Денева – *Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов*
проф. д-р Любчо Варамезов – *Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов*
доц. д-р Сергей Найденов – *Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов*
доц. д-р Искра Пантелеева – *Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов*
доц. д-р Емил Николов – *Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов*

Сборникът с пълните текстове на докладите е изготвен и публикуван в рамките на дейностите по повод 90-годишнината на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Авторите носят цялата отговорност за изразените мнения и становища, за обосноваността, достоверността и оригиналността на своите материали.

© Академично издателство „Ценов“ – Свищов

ISBN 978-954-23-2692-2

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS

Collection of Papers from the Round Table:

INDUSTRIAL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP AMIDST GLOBAL TRANSFORMATIONS

16 October 2026

Academic Publishing House „Tsenov“
Svishtov, 2026

Organising committee:
Assoc. Prof. Sergey Naydenov, PhD
Head Assist. Prof. Yavor Stanev, PhD
Head Assist. Prof. Ivaylo Kostov, PhD
Asst. Prof. Alexander Lichev, PhD

Editorial committee:
Prof. Atanas Atanasov, PhD
Prof. Aneta Deneva, PhD
Prof. Lyubcho Varamezov, PhD
Assoc. Prof. Sergey Naydenov, PhD
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD
Assoc. Prof. Emil Nikolov, PhD

Reviewing committee:
Prof. Aneta Deneva, PhD – *D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov*
Prof. Lyubcho Varamezov, PhD – *D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov*
Assoc. Prof. Sergey Naydenov, PhD – *D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov*
Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD – *D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov*
Assoc. Prof. Emil Nikolov, PhD – *D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov*

Full paper proceedings book is designed and published as part of the activities under the 90th anniversary of the D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov.

All authors are fully responsible for the views and opinions expressed, as well as for the validity, reliability, and originality of their papers.

© Academic Publishing House „Tsenov“ – Svishtov

ISBN 978-954-23-2692-2

СЪДЪРЖАНИЕ

КАЧЕСТВОТО КАТО КАТЕГОРИЯ **10**
Анета Денева

МАНИПУЛИРАНЕТО НА РАБОТНОТО МЯСТО – ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА СТУДЕНТИТЕ **19**
Венета Христова

СОЦИАЛНИЯ КАПИТАЛ КАТО ФАКТОР ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ УСПЕХ – ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ СРЕД МЛАДИ БЪЛГАРСКИ ПРЕДПРИЕМАЧИ **34**
Любчо Варамезов, Любомир Николов

ТЕОРИИ И МОДЕЛИ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ УСПЕХ **42**
Любчо Варамезов, Любомир Николов

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИЯ ФАКТОР В ГРАЖДАНСКАТА АВИАЦИЯ **49**
Галина Тодорова

ПРЕДПОСТАВКИ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕНИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАТО ДОСТАВЧИК НА МАЛКИ ТЪРГОВСКИ ФИРМИ **55**
Даниел Павлов, Виолета Янколова-Али

ОТ ЧОВЕКОЦЕНТРИЗЪМ КЪМ КОГНИТИВНА АВТОНОМИЯ – КОНЦЕПТУАЛИЗИРАНЕ НА ИНДУСТРИЯ 6.0 В ЕРАТА НА ИЗКУСТВЕНИЯ ИНТЕЛЕКТ **60**
Емил Николов

ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ИНОВАЦИИ ЧРЕЗ КРЪГОВИ МОДЕЛИ – НОВИ БИЗНЕС ВЪЗМОЖНОСТИ В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛНИ ТРАНСФОРМАЦИИ **73**
Искра Пантелеева

РОЛЯТА НА ИНТЕЛИГЕНТНИТЕ ЦИФРОВИ ЕКОСИСТЕМИ В ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ **80**
Кремена Маринова-Костова

ТЕХНИЧЕСКИЯТ ПРОГРЕС И ИНОВАЦИИТЕ ВЪВ ФИЛОСОФСКИ КОНТЕКСТ **86**
Пламен Павлов

ДИГИТАЛНИ ИНОВАЦИИ В ОТЧИТАНЕТО НА УСТОЙЧИВОСТТА И УПРАВЛЕНИЕТО НА РИСКА В ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ **95**
Радосвета Кръстева-Христова

ПРЕКИТЕ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ -КРИТИЧЕН ПРЕГЛЕД И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В УСЛОВИЯТА НА ПЪЛНОПРАВНО ЧЛЕНСТВО В ЕВРОЗОНАТА **103**
Сергей Найденов, Добрин Ганчев

ВЛИЯНИЕ НА ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ ВЪРХУ ЕЛЕКТРОННИТЕ ПРОДАЖБИ: ЕВРОПЕЙСКО СРАВНИТЕЛНО ПРОУЧВАНЕ **114**
Симеонка Петрова

СТРУКТУРНИ ПРОМЕНИ НА ВЪГЛЕРОДНИТЕ ЕМИСИИ ПО ИЗТОЧНИЦИ НА ЗАМЪРСЯВАНЕ **123**
Стела Касабова

РАЗВИТИЕ НА ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ В ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ПРЕРАБОТВАЩАТА ПРОМИШЛЕНОСТ В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ ПРЕЗ ПЕРИОДА 2016–2025 г. **131**
Зоя Иванова

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕНИТЕ ПРОЦЕСИ В ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ **141**
Ивайло Костов

ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА СЛАБИТЕ МЕСТА В ИНСПЕКТИРАНИЯ ОБЕКТ **149**
Надежда Цветкова

IMPROVEMENTS IN ENTERPRISE OPERATIONS MANAGEMENT RESULTING FROM THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE **156**
Stefan Kalpachev

ОПТИМИЗИРАНЕ НА БЪЛГАРСКАТА ПОЛИТИКА В ОБЛАСТТА НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТЪРГОВИЯ С БИОЛОГИЧНИ РЕСУРСИ **163**
Цветелина Кабакчиева

ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В БЪЛГАРИЯ - ДИНАМИКА И ЗНАЧЕНИЕ ЗА ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ **169**
Явор Станев

РАЗВИТИЕ НА ПАМУКОПРОИЗВОДСТВОТО В БЪЛГАРИЯ **176**
Александър Личев

ОСНОВНИ ПОДХОДИ ЗА КЛАСИФИКАЦИЯ НА ТРУДОВАТА МОТИВАЦИЯ В КОНТЕКСТА НА МРЕЖОВОТО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯТА **185**
Анелия Станева

РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В СЪВРЕМЕННАТА ИКОНОМИКА – ОБХВАТ И СЪДЪРЖАТЕЛНИ КОМПОНЕНТИ **191**
Деница Гъркова

ОРГАНИЗАЦИОННО УЧЕНЕ И ESG ИНТЕГРАЦИЯ ЧРЕЗ ИГРОВО-БАЗИРАНО ОБУЧЕНИЕ **198**
Десислава Белева-Димитрова

ПРИЕМЪТ НА ЧУЖДЕСТРАННИ СТУДЕНТИ В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛНА КОНКУРЕНЦИЯ: ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И КОНТРОЛНИ МЕХАНИЗМИ **208**
Диана Маринкова

ИНОВАЦИОННО РАЗВИТИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА В УСЛОВИЯ НА ПРЕХОД КЪМ ИНДУСТРИЯ 5.0 ..... **214**
Захари Пенев

ОСОБЕНОСТИ НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В СЪВРЕМЕННАТА ИКОНОМИКА **222**
Калин Борисов

ТЕОРЕТИЧНИ МОДЕЛИ ЗА ИНОВАЦИОННО РАЗВИТИЕ НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ **230**
Калин Борисов

АНАЛИЗ НА НОРМАТИВНАТА БАЗА И НА КОЛИЧЕСТВАТА ПУСНАТО НА ПАЗАРА ЕЛЕКТРИЧЕСКО И ЕЛЕКТРОННО ОБОРУДВАНЕ **237**
Калин Карев

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ПЕРСПЕКТИВИ ПРЕД ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР В БЪЛГАРИЯ **248**
Мария Иванова Павлова-Кондрова, Любка Минчева Илиева

ПАЗАРНО РАЗВИТИЕ НА БИОБАЗИРАНИТЕ ИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯТА НА ГЛОБАЛНИ ТРАНСФОРМАЦИИ **255**
Преслав Георгиев

УПРАВЛЕНИЕ НА ЗНАНИЕТО В БИЗНЕС ОРГАНИЗАЦИИТЕ – ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА **262**
Стела Маринова, Любчо Варамезов

ЗЕЛЕНИ ТЕХНОЛОГИЧНИ ИНОВАЦИИ И СТОЙНОСТ НА ФИРМАТА В КИТАЙСКИЯ ИНДУСТРИАЛЕН СЕКТОР: МОДЕРИРАЩАТА РОЛЯ НА ФИНАНСОВИТЕ ОГРАНИЧЕНИЯ **270**
Синюе Ду

РОЛЯТА НА КОНТРОЛА ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В ЗЕМЕДЕЛИЕТО ЧРЕЗ ФИНАНСОВОТО ПОДПОМАГАНЕ ПО ДИРЕКТНИТЕ ПЛАЩАНИЯ В РАМКИТЕ НА ОБЩАТА СЕЛСКОСТОПАНСКА ПОЛИТИКА **283**
Снежана Парушева-Ламбева

ПРЕХОД НА БЪЛГАРИЯ КЪМ ИНДУСТРИЯ 5.0 ..... **296**
Тихомир Георгиев

ПЛАНИРАНЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ – РЕЗУЛТАТИ ОТ ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ В ОБЛАСТ ВАРНА **303**
Явор Каравелски

ESG ЕФЕКТИВНОСТ И СТОЙНОСТ НА ФИРМАТА ПРИ ПАЗАРНО ПОГРЕШНО ОЦЕНЯВАНЕ: ДАННИ ОТ ИНДУСТРИАЛНИЯ СЕКТОР НА КИТАЙ **310**
Ян Фу

ЕВРОПЕЙСКА СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗРАБОТВАНЕ И ВНЕДРЯВАНЕ НА МАЛКИ МОДУЛНИ РЕАКТОРИ В ЕВРОПА - ПРАВНИ, ПОЛИТИЧЕСКИ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ ЕФЕКТИ ЗА БЪЛГАРИЯ **323**
Албена Белянова, Борислав Боев

ФОРМИРАНЕ НА ПЪРВОНАЧАЛНА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ГРАМОТНОСТ У ПЪРВОКЛАСНИЦИТЕ В КОНТЕКСТА НА РЕАЛНА ПАЗАРНА СРЕДА **334**
Милка Венкова

ВЛИЯНИЕТО НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ УПРАВЛЕНИЕТО И РАЗВИТИЕТО НА СЪВРЕМЕННИЯ БИЗНЕС **340**
Даяна Пламенова Лучева

ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ КАТО СРЕДСТВО ЗА ОПАЗВАНЕ И ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО……...383
Димитрийка Чакова

ВНЕДРЯВАНЕ НА КРЪГОВА ИКОНОМИКА И ЗЕЛЕНИ ТЕХНОЛОГИИ КАТО ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВ БИЗНЕС **357**
Милена Христова

ПРЕДПОСТАВКИ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕНИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАТО ДОСТАВЧИК НА МАЛКИ ТЪРГОВСКИ ФИРМИ

Доц. д-р Даниел Павлов[1]
Докторант Виолета Янколова-Али[2]

Резюме: *Докладът изследва склонността на собственика на малка търговска фирма за хранителни стоки да подпомогне създаването на малко производствено предприятие, ръководено от негов роднина. Извеждат се изводи за ролята на семейното доверие в намаляването на пазарните бариери пред начинаещи производители, което може да се приеме и като стратегия за навлизане на пазара от страна на производителя.*

Ключови думи: *семейно предприемачество; малко производствено предприятие; търговска фирма за хранителни стоки; семейно доверие; INTERGEN; пазарни бариери*

JEL: L26, M13, L66, L81, L14

PREREQUISITES FOR ESTABLISHING MANUFACTURING ENTERPRISES AS SUPPLIERS TO SMALL COMMERCIAL FIRMS

Assoc. Prof. Dr. Daniel Pavlov
PhD Student Violeta Yankolova-Ali

Abstract: *The paper examines the tendency of a small food retail business owner to support the establishment of a small manufacturing enterprise led by a relative. Conclusions are drawn regarding the role of family trust in reducing market entry barriers for new producers. Such approuch can also be viewed as a market entry strategy for the manufacturer.*

Key words*: family entrepreneurship; small manufacturing enterprise; food retail firm; family trust; INTERGEN; market barriers*

JEL: L26, M13, L66, L81, L14

1. Въведение

Семейният бизнес се различава от обикновеното частно предприятие по своята дългосрочна природа – той не се изчерпва с управлението в настоящия момент, а е замислен да премине в ръцете на следващото

[1] dpavlov@uni-ruse.bg, Русенски университет „Ангел Кънчев“
[2] vyankulova@uni-ruse.bg, Русенски университет „Ангел Кънчев“

поколение, което поставя по-високи изисквания към стопанисването на наличните ресурси (Денева и др., 2025). Механизмът, чрез който семейните връзки подпомагат навлизането на пазара на нови малки производители, остава относително слабо изследван през последните години.

Проблемът пред настоящото изследване е склонността на собственика на малък търговски обект да подпомогне роднина производител, като приема продукцията му за продажба в своя магазин. Актуалността на проблема е предопределена от нарастващото значение на семейните предприятия, които заемат значителния дял в българската икономика.

Целта на доклада е да се изясни ролята на малката търговска фирма за хранителни стоки при създаването на малко производствено предприятие, ръководено от неин роднина. Задачите са: (1) да се определят понятията „малко производствено предприятие“ и „малка търговска фирма“; (2) да се изведе теоретичен модел на стопанско подпомагане, основан на семейно доверие; (3) да се провери тезата чрез анкета сред студенти от мрежата INTERGEN.

Тезата е, че доверието към роднина като доставчик намалява несигурността на търговеца и улеснява навлизането на пазара на производителя. Докладът е структуриран в следните раздели: теоретичен обзор, методология на анкетно проучване, резултати, анализ и изводи с препоръки.

2. Теоретичен обзор

Понятието „малко производствено предприятие“ в хранително-вкусовата промишленост се дефинира едновременно през нормативни критерии и през характера на дейността. Съгласно Препоръка 2003/361/ЕО на Европейската комисия и българския Закон за малките и средните предприятия, малко е предприятие с под 50 заети лица и оборот до 19,5 млн. лв., а микропредприятие — с под 10 души персонал и оборот до 3,9 млн. лв. (Петрова, 2011). Освен количествено, тези предприятия се отличават и качествено: собственикът обикновено е и единствен управител, като за разлика от корпорациите, при които отговорностите се разпределят между специализирани звена, тук той поема пряко ключовите решения (Тодорова, Костадинова и Кирова, 2025). Производството остава занаятчийско, с ръчен труд, а не с автоматизирани линии като в големите заводи.

По сходен начин може да се разгледа и „малката търговска фирма за хранителни стоки“ – обикновено е квартален магазин, управляван лично от собственика. Този модел не е нов за България – веднага след 1989 г. страната преживява масово създаване на еднолични и семейни търговски структури именно в продажбата на дребно на хранителни стоки (Христова, 2018). Устойчивостта на подобни структури във времето е свързана и с реалистичната преценка на конкурентните им предимства и слабости спрямо обкръжаващата ги бизнес среда (Рускова и Димитрова, 2024).

На пресечната точка между двата вида предприятия възниква изследователският проблем – склонността на собственика на малък търговски обект да подпомогне роднина производител, като приема продукцията му за продажба в своя магазин. Изборът на доставчик тук се основава не на пазарни критерии, а на семейно доверие. Подобни отношения стоят в основата на концепцията на международната академична мрежа INTERGEN, илюстрирана чрез верига от три поколения — баба и дядо отглеждат грозде, родителите произвеждат вино, а децата продават и двете чрез собствен онлайн магазин (Павлов и Рускова, 2023). Оттук произтича и изследователският въпрос – доколко подобен модел, изграден върху семейно доверие, може съзнателно да се приложи като общ подход за насърчаване на семейното предприемачество.

3. Методология на изследването

Изборът на малка търговска фирма за хранителни стоки да подпомогне създаването на малко производствено предприятие, ръководено от неин роднина, може да се обясни чрез ползите, които и двете страни получават от подобно партньорство.

За търговеца ползите са предимно в намаляването на риска и укрепването на доверието в собствения бизнес. Отношенията с роднина производител предполагат по-голяма сигурност по отношение на качеството и редовността на доставките, отколкото при непознат доставчик, а личното доверие намалява необходимостта от формален контрол и договорни гаранции (Павлов и Рускова, 2023). Освен това предлагането на местни, произведени от близък човек, продукти може да се превърне в конкурентно предимство пред обезличените вериги за търговия на дребно, тъй като засилва усещането за автентичност у купувачите.

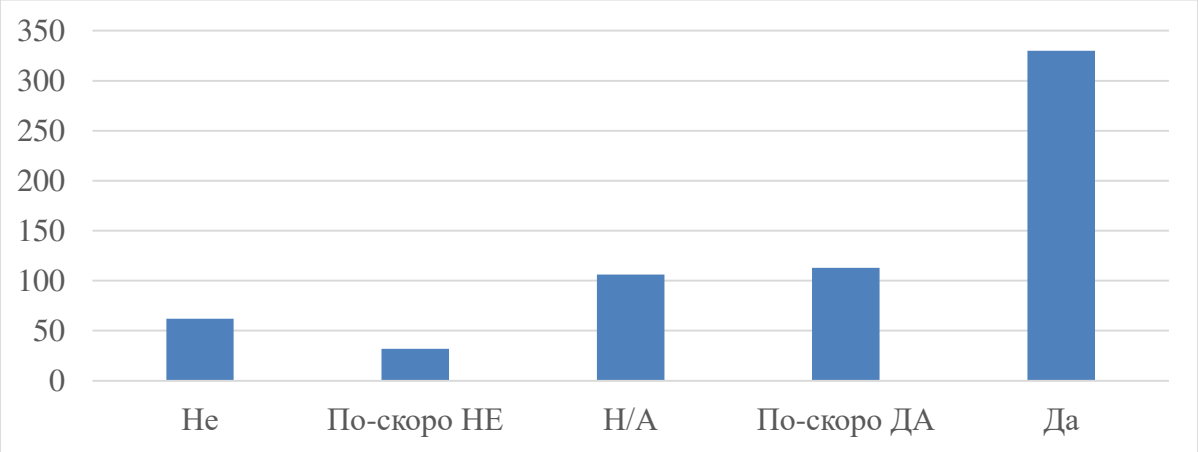
За производителя основната полза е гарантираният достъп до пазар в момент, когато той все още не разполага с изградено име и репутация. Вместо да търси канал за реализация сред напълно непознати търговци, начинаещият производител получава готово място за продажба на продукцията си, което съществено намалява бариерите пред навлизането му на пазара. Отношенията на доверие в семейна среда позволяват и по-гъвкави условия на партньорство – разсрочено плащане, по-малки първоначални количества, толерантност към временни колебания в качеството – каквито едва ли биха били договорени с търговец извън семейния кръг.

Теза (твърдение) на доклада: Доверието към роднина като доставчик/производител намалява несигурността на собственика на малка търговска фирма и го прави по-склонен да подпомогне навлизането му на пазара.

Хипотеза (предположение):

Х1: Ако лицето, което би поело ролята на доставчик, е родител на собственика на търговския обект, тогава собственикът ще се чувства по-сигурен в бизнес отношенията, отколкото при доставчик извън семейството.

За нуждите на настоящия доклад се ползват отговори, получени от проучване в рамките на международната академична мрежа INTERGEN в Русенския университет в периода 2025 – 2026. Респондентите получават линк към въпросник с 49 основни въпроса и 8 допълнителни въпроса. Общият брой на респондентите на Русенския университет е 645. В настоящия доклад се вземат резултатите от Въпрос 14 „Ще се чувствам сигурен, ако моите родители са доставчици или подизпълнители за моя бизнес, защото им имам доверие“. Отговорите са в Ликъртова скала, където 1 е „Не“, а 5 е „Да“. Във фиг.1 са представени отговорите на респондентите.



Фигура 1. Брой отговори на Въпрос 14 „Ще се чувствам сигурен, ако моите родители са доставчици или подизпълнители за моя бизнес, защото им имам доверие“.

Представените отговори дават възможност да се провери тезата на настоящия доклад.

4. Анализ (разбор) на резултатите

Отговорите на анкетния въпрос дали респондентът би се чувствал по-сигурен, ако родителите му са доставчици или подизпълнители за неговия бизнес, показват ясно изразена подкрепа за модела на семейно доверие.

От общо 645 отговора 68,7% са положителни (51,2% – „да“, 17,5% – „по-скоро да“), докато отрицателните са едва 14,6%, а останалите 16,7% са без категорично мнение.

Тези резултати потвърждават тезата на настоящото изследване и показват съществената роля на малката търговска фирма като канал за реализация на продукцията на роднина производител. Така се намалява несигурността за начинаещия производител, защото връзката му с търговеца се основава на доверие, а не на предварително доказани пазарни качества.

Този анализ (разбор) повдига и въпроса доколко обучението в Русенския университет „Ангел Кънчев“ насърчава студентите към междупоколенчески семеен бизнес – данните от предходно проучване в рамките на

международната академична мрежа INTERGEN (Павлов и Русков, 2023) дават основание за положителен извод: преобладаваща част от анкетираните през 2023 година студенти и възпитаници (57,1%) потвърждават, че добре организираните бизнес отношения с родителите биха намалили усещаното от тях напрежение, което показва, че преподавателите прилагат съдържание, стимулиращо тази нагласа.

5. Изводи и препоръки

Въз основа на изложеното могат да се формулират следния извод: моделът на подпомагане на стопанските връзки между двама роднини (производител и търговец) може да бъде разпознат от като легитимна форма на предприемаческа подкрепа, а не само като неформална семейна практика;

Въз основа на проучването може да се формулира и следната препоръка: в учебните програми на факултетите по стопанско управление може да се разширят конкретните казуси и практически задания, свързани с междупоколенчески семеен бизнес, така че моделът да се превърне от спонтанна практика в съзнателно прилагана стратегия за навлизане на пазара.

6. Благодарност

Настоящият ръкопис е подготвен в рамките на проект 2026-БМ-01 „Интелигентно лидерство и дигитална трансформация“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Русенски университет „Ангел Кънчев“.

Използвани източници

Денева, А., Павлов, Д., Куме, А., Алиева, Д., Петрова, М. (2025). Sustainable Work-Life Balance through Family Entrepreneurship: A Cross-Country Perspective. *European Journal of Sustainable Development*, 14(2), 937–955.

Павлов, Д., Рускова, С. (2023). The Role of Entrepreneurial Universities in Supporting Intergenerational Family Businesses. *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, 16(1), 51–72.

Петрова, Е. (2011). Подкрепа за малкия и средния бизнес в ЕС. *Списание „Диалог“*, (4), 70–89.

Рускова, С., Димитрова, Й. (2024). Exploring Possible Alternatives for the Development of an Organization in the Field of Trade. В: Сборник доклади от Научна сесия на РУ, том 63, кн. 5.3, Русе, Издателски център при РУ, 47–57.

Тодорова, А., Костадинова, И., Кирова, М. (2025). AI-Based Plan-Strategy for Implementing the Principles of Corporate Social Responsibility in Small Family Businesses' Activities. *European Journal of Sustainable Development*, 14(4), 257–282.

Христова, В. (2018). Подкрепата за предприемачеството в България през вековете – някои аспекти. *Известия на Центъра за стопанско-исторически изследвания*, 3, 151–164.