СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ – КЛОН СВИЩОВ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА
КОНФЕРЕНЦИЯ

ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ – 30 ГОДИНИ СЛЕД НАЧАЛОТО НА ПРОМЕНИТЕ

Свищов, 22 ноември 2019 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 75 години от създаването на Съюза на учените в България

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2020

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Иван Марчевски – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ - Свищов
Проф. д.б.н. Диана Петкова – Председател на Съюза на учените в България
Доц. д-р Тодор Кръстевич – Зам. ректор „Научноизследователска и проектна дейност“ на СА „Д. А. Ценов“
Доц. д-р Красимира Славева – Председател СУБ – клон Свищов

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Проф. д-р Атанас Атанасов
Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Пепа Стойкова
Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Гл. ас. д-р Любка Илиева

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Проф. д-р Атанас Атанасов
Членове:
Проф. д-р Поля Ангелова
Проф. д-р Маргарита Богданова
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Христо Сирашки

НАУЧНИ СЕКРЕТАРИ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Гл. ас. д-р Любка Илиева

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

ISBN 978-954-23-1815-6

СЪДЪРЖАНИЕ

ИКОНОМИКС, ФИНАНСИ, ЗАСТРАХОВАНЕ, СОЦИАЛНО ДЕЛО

Напълно автоматизирания луксозен комунизъм – опит за подмяна на идеологията с технология
Проф. д.н. Борислав Борисов, докт. Дмитрий Лем 7

Бюджетно осигуряване на националната сигурност – състояние и тенденции за периода 2010 – 2019 г.
Проф. д-р Андрей Захариев, ас. д-р Стефан Станимиров, докт. Русалин Русалинов.....18

За информационното общество в България – 30 години след началото на промените
Проф. д-р Йордан Василев 27

Човешките ресурси в здравеопазването (2009-2019 г.)
Доц. д-р Анастасия Марчева, гл. ас. Милена Владимирова.....35

Реформата в българското данъчно облагане и икономиката в сянка
Доц. д-р Валентин Милинов 43

Надзор върху застрахователната дейност в България в контекста на защитата на интересите на застрахованите
Доц. д-р Венцислав Василев 51

Българската икономика преди и след 30 години: източници на растежа
Доц. д-р Вера Пиримова 58

Глобализацията на съвременната икономика и мястото на България в нея
Доц. д-р Людмил Несторов 67

Осигурително-технически аспекти на взаимовръзката „вход – изход“ през призмата на адекватността и еквивалентността на пенсионноосигурителната система в България
Доц. д-р Пламен Йорданов, докт. Жанета Ангелова 76

Застраховането като възможност за осигуряване на допълнителен доход на хората в надработоспособна възраст
Доц. д-р Румен Ерусалимов 84

Конвергенция на финанси и застраховане в България –
проявления, тенденции, възможности
Доц. д-р Стоян Проданов.....93

Анализ на показателите за капиталова адекватност на банките
в България през периода 2007 – 2018 г.
Гл. ас. д-р Аглика Кънева 102

Еволюция на държавния надзор върху застрахователната
дейност в България
Гл. ас. д-р Анелия Панева 113

30 години пазарна икономика в България: ефекти върху заетостта
Гл. ас. д-р Елка Сярова.....121

Оценка състоянието на задлъжнялостта в подсектор
„Местно самоуправление“
Гл. ас. д-р Петко Ангелов, докт. Силвия Заркова.....129

Развитие и усъвършенстване на институционалната структура
на пазара на труда в България
Гл. ас. д-р Таня Илиева 137

Пъзел с изменчивостта – методология за тестване на БФБ
Гл. ас. д-р Цвета н Павлов 144

Осигуряване в Универсален пенсионен фонд – състояние
и възможности
Ас. д-р Йордан Йорданов.....153

Инвестирането във ВЕЦ като важен възобновяем енергиен източник
в България
Ас. д-р Стефан Станимиров, докт. Мирослав Костадинов.....161

Мястото на преките чуждестранни инвестиции
в българската икономика
Ас. Елица Петкова.....168

Парите – начален и краен стимулатор и ограничител на банковото
външнотърговско посредничество (Финансово-правни аспекти)
Ас. Игнат Папазов 177

Стрес тестовете на българската банкова система в контекста
на регулаторните изисквания на Базел III
Докт. Беатрис Любенова 184

Инвестиционните банки и ипотечните облигации
Докт. Борислав Киров 196

Презастраховането като инструмент за управление на риска
Докт. Вахан Бохосян 205

Отражение на петролните ценови шокове върху световната
икономика
Докт. Даниел Тунчев 211

Българският модел на системата „бонус-малус" и поредното
предизвикателство пред застрахователните компании
Докт. Михаела Монова 220

Проблеми и предизвикателства пред холдинговите дружества
в България
Докт. Теодора Цветкова 228

СЧЕТОВОДСТВО, КОНТРОЛ, АНАЛИЗ, СТАТИСТИКА

Същност и възможности за счетоводно отчитане
на специализираните пенсионни резерви в пенсионноосигурителните
дружества
Проф. д-р Атанас Атанасов 239

Съвременната агростатистика в България – началото
Проф. д-р Поля Ангелова 247

Стандартизация на счетоводството в предприятията от публичния
сектор в Република България
Доц. д-р Венцислав Вечев 255

Значими изменения в счетоводството в резултат на настъпилите
социално-икономически промени през последните 30 години
Доц. д-р Галина Чиприянова 261

Структурните промени в българската икономика и влиянието им
върху външната търговия и икономическия растеж
Доц. д-р Красимира Славева 270

Първи период в развитието на статистическия анализ
на „Отдалечени наблюдения“ ("OUTLIERS")
Доц. д-р Любомир Иванов **281**

Оценка на достъпа до интернет в дейността на предприятията
Доц. д-р Маргарита Шопова **288**

Стопански счетоводен анализ на ефективността и финансовата
стабилност на предприятието
Доц. д-р Марко Тимчев **296**

Правни аспекти на трансферното ценообразуване при данъчно
облагане в Р България
Доц. д-р Пенко Димитров **305**

Дуално или триално обучение по контролни дисциплини във висшето
образование – проблеми и предимства
Доц. д-р Пепа Стойкова **313**

Сравнителен анализ на финансирането на висшето образование
в страните от Европейския съюз
Доц. д-р Пламен Петков **324**

Предизвикателства пред одиторите в контекста на разширеното
докладване
Доц. д-р Силвия Костова **333**

Оценката на риска при извадковото изучаване в одита
Доц. д-р Стела Касабова **341**

Развитие на контрола върху акцизите през последните 30 години
Гл. ас. д-р Жельо Желев **347**

Мрежов модел за пътуване в България с БДЖ при планиране
на маршрут за пътуване с прикачване
Гл. ас. д-р Миглена Иванова **355**

Счетоводната професия в перспектива – умения и компетенции
Гл. ас. д-р Радосвета Кръстева-Христова **364**

Оценка на икономическото сближаване между областите в България
Гл. ас. д-р Тихомир Върбанов **371**

Проблеми при прилагането на разширения критерий на Дики-Фулър
Ас. д-р Евгени Овчинников 379

МЕНИДЖМЪНТ, МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНИ ОТНОШЕНИЯ ПЛАНИРАНЕ, ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

Comparative Analysis of the Competitiveness of the Balkan Countries
Prof., PhD Lyubcho Varamezov.....387

Lean Management във висшето образование
Проф. д-р Маргарита Богданова 394

Стратегическият маркетингов мениджмънт – перспектива
за развитие на туристическите бизнес организации в България
Доц. д-р Ваня Григорова 403

Приложение на Big Data анализа за защита на информацията
Доц. д-р Веселин Попов, доц. д-р Петя Емилова 411

Проблемът с текучеството на персонала в българските предприятия
Доц. д-р Галина Захариева, докт. Дритон Сюлча.....419

Управление на преживяванията на персонала – фактор
за организационно развитие
Доц. д-р Ирена Емилова, гл. ас. д-р Милен Динков.....427

Подобряване на отрасловата свързаност чрез изграждане
на железопътния участък по коридор № 9
Доц. д-р Камен Петров, докт. Радослав Костев 436

Потенциал на индустриалния интернет за нещата за подобряване
на производствените процеси
Доц. д-р Наталия Маринова 445

Професионалното обучение и особености на системата
за професионално образование и обучение
Доц. д-р Христо Сирашки 453

Повишаване качеството на обслужване на клиенти чрез въвеждане
на нови технологии в търговията
Гл. ас. д-р Венцислава Минкова.....465

Предимства на гъвкавото управление на проекти и въздействието върху проектния риск
Гл. ас. д-р Евелина Парашкевова.....473

Социално-икономически промени - управленски аспекти
Гл. ас. д-р Елена Йорданова 481

Приложение на web 2.0 технологиите за споделяне на научни изследвания, ресурси и резултати
Гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова.....487

Съвременни предизвикателства пред управлението на регионалното развитие в Република България
Гл. ас. д-р Методи Иванов.....495

Маркетингови комуникации на българския бизнес в дигитална среда
Гл. ас. д-р Мирослава Ценкова 502

Местното самоуправление в България – някои основни постановки
Гл. ас. д-р Юлиян Господинов 510

Степен на интегрираност на приоритетите за интелигентна специализация в плановите документи
Ас. д-р Мариела Стоянова 518

Концепция за многостепенно управление: възникване, развитие, перспективи
Докт. Димитрина Проданова.....524

Развитие на електронната търговия в България през последните 30 години
Докт. Михаела Маркова.....533

ИКОНОМИКА НА ОТРАСЛИТЕ

Устойчивост в развитието на туризма в националната бизнес среда
Проф. д.ик.н. Таня Горчева 543

Българската индустрия – тридесет години по-късно
Проф. д-р Анета Денева.....551

Подпомагане на доходите на производителите от аграрния сектор
Доц. д-р Виолета Блажева 560

Съвременни измерения на управлението на талантите
Доц. д-р Искра Пантелеева 566

Значение на инфраструктурните коридори за регионалното икономическо развитие на България
Доц. д-р Камен Петров 574

Изследване на възможностите за развитие на туристическа дестинация „Свищов“
Доц. д-р Любка Илиева 583

Градско земеделие – алтернатива или необходимост
Доц. д-р Марина Николова 592

Теоретико-приложни аспекти на мърчандайзинга в българската търговска практика
Доц. д-р Петранка Мидова 603

Туристическите агенти, резервационните услуги на туроператорите и свързаните с тях дейности в България 30 години след началото на промените
Доц. д-р Петя Иванова 611

Изследване необходимостта от придобиване на търговски умения по женско предприемачество
Доц. д-р Светослав Илийчовски, доц. д-р Теодора Филипова 618

Бизнес среда и предприемаческа дейност на българските пивоварни предприятия
Доц. д-р Сергей Найденов 626

Атрибутивно анализиране на асортиментното разнообразие в точките на продажби
Доц. д-р Симеонка Петрова 634

Периодът на прехода – 30 години растеж на регионалните дисбаланси
Доц. д-р Тихомир Личев 642

Социална работа и социално предприемачество
Гл. ас. д-р Ваня Ганева 652

Анализ на сезонността в търговията
Гл. ас. д-р Венцислав Перков 660

Разкриване на нефинансова информация от големите български държавни предприятия
Гл. ас. д-р Емил Николов 667

Подходи за управление на риска в търговските предприятия
Гл. ас. д-р Зоя Иванова 676

Проблеми и предизвикателства пред развитието на туризма в България
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова 684

Развитие на туристическа дестинация България като част от интернационалния туристически пазар
Гл. ас. д-р Павлин Павлов 690

Анализ на предприемаческите нагласи в България
Ас. д-р Ивайло Костов 698

Устойчиво развитие на българската индустрия
Докт. Айтен Сабри 706

Значение на пътната инфраструктура като фактор за подобряване състоянието на горскостопанските предприятия
Докт. Руслан Коларов 714

Анализ на възможни решения за преодоляване на височинните ограничения и ограниченията в газенето през канала море-езеро за по-големи плавателни съдове създавани от Аспарухов мост
Инж. Дойчин Ников, Красимира Вангелова 722

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ – 30 ГОДИНИ СЛЕД НАЧАЛОТО НА ПРОМЕНИТЕ

Свищов, 22 ноември 2019 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 75 години от създаването на Съюза на учените в България

ISBN 978-954-23-1815-6

Издателство и печат: Академично издателство „Ценов”
Свищов, ул. Градево № 24

740

РАЗВИТИЕ НА ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ 30 ГОДИНИ

Докт. Михаела Маркова Маркова
Катедра Бизнес информатика,
Стопанска академия „Д. А. Ценов“,
e-mail: mihaela.markova@gmail.com

Резюме: *Електронната търговия осигурява пространни възможности за бизнеса в световен мащаб. Това се постига с помощта на специфична организация и обхват. Същевременно може да удовлетворява потребностите на широк кръг от потребители, преодолявайки времевите и географски ограничения. Електронната търговия в България е успешна, явявайки се като нов модел, който обхваща хора от всички възрасти, населени места и сфери на дейност.*

Ключови думи: *Електронна търговия, дигитализация.*

JEL: *M21, F13.*

GROWTH OF E-COMMERCE IN BULGARIA IN THE LAST 30 YEARS

Mihaela Markova, phD Student
Academy of Economics “D. A. Tsenov”,
Department Business Informatics,
mihaela.markova@gmail.com

Abstract: *E-commerce provides great business opportunities worldwide. This is achieved through specific organization and scope. At the same time, it can meet the needs of a wide range of users, overcoming time and geographical constraints. E-commerce in Bulgaria is successful, emerging as a new model that covers people of all ages, places and areas of activity.*

Keywords: *E-commerce, digitalization.*

JEL: *M21, F13.*

Въведение

Електронната търговия може да се постави сред най-прогресивно развиващите се сфери. Това се налага от динамичността на информационните и комуникационни технологии и непрекъснатия им процес по усъвършенстване. В настоящия период на дигитализация за българския бизнес мигрирането от традиционна към електронна търговия се превръща от възможност в ангажимент. Неизпълнението му може да стане пречка в развитието на откроения бизнес.

Основната цел *на настоящата разработка е да се разгледа настоящото развитие на електронната търговия, обуславящо се от икономическите промени в България през последните тридесет години.*

1. Характеристики на електронната търговия

Електронната търговия възниква вследствие на по-удобни начини за потребителите, за осъществяване на покупки и продажби. Нейното начало се поставя през 1979 година, когато Майкъл Елдрич създава концепцията за отдалеченото пазаруване, което се основава на идеята за телешопинга (History of Online Shopping, 2015). За потребителите става достъпна през 1991 година, когато Интернет се превръща в Световна мрежа (History of Ecommerce, 2015). В съвременните бизнес условия броят на фирмите, които използват свои уеб сайтовете като платформи за развитие на бизнеса, непрекъснато нараства.

Електронната търговия се намира в период на развитие, което дава възможност на много представители на бизнеса да преместят дейността си в Интернет. Предпочитана среда е и за стартирането и развитието на търговски бизнес.

Електронната търговия се определя като продажба на стоки и услуги, с помощта на световната мрежа, но зад тази дефиниция стоят редица процеси, които обхващат клиентите, персонала и мениджърите на онлайн магазините. По-скоро електронната търговия може да се характеризира като множество от технологии, приложения и процеси, които свързват купувачи и доставчици, с помощта на електронен обмен на услуги, продукти и информация.

Бързото развитие на електронната търговия през последните години довежда до значими промени в търговския бизнес, в навиците на обществото, в създаването на нови продукти и услуги. Ключов фактор

при осъществяването на сделка онлайн е нейното извършване чрез Интернет, като това носи редица предимства – премахване на времеви и географски бариери, удобството да се разглеждат стотици предлагани стоки и услуги от компютър, спестяване на време и достъп до чуждестранни търговци.

По посочени данни от Ecommerce-Europe броят на потребителите, които пазаруват онлайн на целия европейски пазар е 296 милиона (ecommerce-europe, 2018). Над 2 500 000 са работните места, които са свързани директно или индиректно със сферата на е-търговията. Над 750 000 е броят на създадените онлайн бизнеси. Над 4,2 млрд. поръчки са изпратени за една година. Делът на европейската интернет икономика се равнява на 2,59% от европейския БВП през 2015 година. Прогнозира се до 2020 година този процент да се увеличи почти двойно.

2. Състояние на електронната търговия в България

За да просперира развитието на електронната търговия е важно да има добра Интернет свързаност, мобилност на данни и обучение на хората, което да им дава увереност да оперират в мрежата, особено, когато става въпрос за онлайн пазаруване. По данни на Националния статистически институт се смята, че в България Интернет е достигнал до 68% от домакинствата, като около 50% от активното население извършва транзакции онлайн, в това число влиза разплащането на комунални и телекомуникационни услуги чрез онлайн разплащания.

В Интервю, Ваня Манова, мениджър на Mastercard за България, твърди следното „Според проучване на Mastercard за 2016 г. 67% от българските потребители, които пазаруват онлайн, предпочитат да платят електронно чрез банкова карта при приключване на поръчката“ (Вучева, 2017). Развитието на дигиталната среда ще позволи към 2020 г. над 30% от всички плащания на потребителите да са по електронен път, а почти 200 милиарда транзакции годишно ще се правят през смартфон или таблет. Българските онлайн магазини не правят изключение от глобалната тенденция на развитие. Прогнозите в европейски мащаб са за ръст на електронна търговия с 45% за периода от 2015 до 2018 г. Наред с това, според данни на Евростат за 2016 г., оборотът на електронната търговия в България е 200 милиона евро, като очакванията и тук са за повишение през настоящата година. Съгласно становището на цитирания мениджър липсата на доверие се откроява като един от ключовите проблеми при онлайн пазаруването.

Характерно за България е финалната стъпка да се извършва в момента на получаване на стоката или разплащането се извършва чрез наложен платеж. Това се определя от нагласата на клиента – измерва неговото доверие към търговеца и към предлаганата от него стока.

По проучване на НСИ, тенденциозно се увеличава процента на потребители, разделени по различни критерии, които са купували стоки или услуги по Интернет. През 2014 достигат 16.6%, а 2019 – 21.7%: вж. Фиг. 1.



Фигура 1. Лица, закупили стоки и услуги по Интернет
Източник: https://www.nsi.bg/

По-голяма част от хората предпочитат досег с продукта, за да е сигурно, че ще останат удовлетворени от него. Важен е изборът за личен контакт с търговците, като в някои от случаите той е важен за крайната удовлетвореност на клиента.

Много от потребителите нямат нужните технически умения, за да поръчват по Интернет. В България това може би е един от основните проблеми, които пораждат ниския процент на поръчки в мрежата. Липсата на умения прави хората плахи и те избягват проблеми, които могат да се получат вследствие на грешка, допусната при електронно пазаруване.

Всеки електронен магазин дава възможност за преглед и тест на продукта, а някои продукти имат гаранционен срок. При проблем със

стоката, тя винаги може да се върне, замени или да бъде повдигнат диспут. Тази особеност притеснява крайния потребител, тъй като в повечето случаи той не уверен в коректността на търговеца.

Във Фиг. 2 са посочени причините, поради които българските граждани не пазаруват по Интернет. Данните са предоставени от НСИ след проучване сред населението между 16 и 74 години:



Фигура 2. Причини, поради които лицата не пазаруват по Интернет
Източник: https://www.nsi.bg/

Според проучване на НСИ за 2018 г. предприятията, които имат уеб сайт са 51,10%, лицата, ползващи мобилни устройства са 55,90%, а лицата които са поръчвали или купували стоки или услуги по Интернет са 20,80%. За да се направи сравнение със същите показатели през 2013г. са: имащите уеб сайт са 46,60%, ползващи мобилни устройства – 13,10%, поръчвали стоки или услуги по интернет – 12,10%.

Според Европейския доклад за електронна търговия за 2018 г., става ясно, че електронната търговия в България нараства до 664 млн. евро (Попов, 2018). Отчита се ръст на пазара за 2018 г. спрямо 2017 г.



Фигура 3. Приходи от електронната търговия в България за периода 2013-2018 г. (в млн. евро)

Източник: Европейски доклад за електронна търговия

Заключение

Измененията и бързият темп в развитието на електронната търговия се предпоставят от промените в желанията и потребностите на онлайн обществото. Това от своя страна показва колко важни са за онлайн търговците взаимоотношенията с клиентите, осигуряването на качествено обслужване, удовлетворяването и коректността от и към потребителите. Количеството и големият избор на продукти, които могат да се намерят в онлайн магазините, бързата доставка и пестенето на най-важния ресурс – време, променят начина по който пазарува потребителят от съвременния свят. Броят на хората, които закупуват стоки онлайн ще продължава да се увеличава. Този ръст ще отбележи началото на нови тенденции и в реалната, и в електронната търговия. Наблюдава се възможност за големи печалби, разкриване на нови работни места, дори създаване на нови продукти.

Литература

Попов, В. (2018). *Онлайн търговията в България е нараснала с 30% през 2018 г. спрямо 2017 г*. Изтеглено на 08 12 2019 г. от Попов.

Б., (2018), Онлайн търговията в България е нараснала с 30% през 2018 г. спрямо 2017 г., https://www.investor.bg/web/456/a/onlain-tyrgoviiata-v-bylgariia-e-narasnala-s-30-prez-2018-g-spriamo-2017-g-270887/

Вучева, Е. (2017). *Как се развива електронната търговия в България,* . Извлечено от https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2017/08/04/3018569_kak_se_razviva_onlain_turgoviiata_v_bulgariia/

ecommerce-europe. (2018). Изтеглено на 08 12 2019 г. от https://www.ecommerce-europe.eu/

History of Ecommerce. (05 06 2015 г.). Изтеглено на 10 12 2019 г. от http://www.ecommerce-land.com/history_ecommerce.html

History of Online Shopping. (15 05 2015 г.). Изтеглено на 11 12 2019 г. от http://www.aldricharchive.com/shopping_history.html