КРЪГЛА МАСА С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ

ТЪРГОВИЯТА – НАУЧНО ЗНАНИЕ И БИЗНЕС РЕАЛНОСТ

Сборник с доклади

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ЦЕНОВ" СВИЩОВ

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

доц. д-р Теодора Филипова
доц. д-р Петранка Мидова
доц. д-р Симеонка Петрова
доц. д-р Венцислав Перков
гл. ас. д-р Зоя Иванова
гл. ас. д-р Иван Маринов
докт. Никола Илчев

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Доц. д-р Светослав Илийчовски

Членове:
проф. д-р Анета Денева
проф. д-р Теодора Димитрова
проф. д-р Атанас Атанасов
доц. д-р Теодора Филипова
доц. д-р Петранка Мидова
доц. д-р Симеонка Петрова
доц. д-р Венцислав Перков



ISBN 978-954-23-2005-0

СЪДЪРЖАНИЕ

Катедра „Търговски бизнес“: 30 години обучение, академична мисия и проекции на бъдещето
Доц. д-р Теодора Филипова 5

Пленарни доклади

Новата „реалност“ в търговския бизнес
Проф. д-р Данчо Данчев 32

Омниканалното асортиментно планиране и потребителското поведение
Доц. д-р Симеонка Петрова 42

Някои моменти от развитието на корпоративната социална отговорност
Доц. д-р Иванка Николова 52

Тематично направление: Предприемачество и мениджмънт на ресурсите в търговията

Перспективы производства безопасных продуктов питания в условиях организационно-экономической модернизации предприятий пищевой промышленности Украины
Проф. Наталья Валинкевич, д.э.н. 60

Бранд мениджмънт на търговците на дребно
Доц. д-р Виолета Гълъбова 66

Търговски мениджмънт и аспекти на личността
Доц. д-р Явор Янкулов..... 73

Проблемы и перспективы развития коммерческой деятельности торговых предприятий в Украине
Доц. Ангелина Сотник, к.э.н. 81

Офшорните зони като алтернатива за алокация на капитала
Доц. д-р Донка Желязкова 87
Доц. д-р Михал Стоянов

Текстилната индустрия в България – състояние и перспективи
Доц. д-р Сергей Найденов 93
Докторант Калин Киряков

Дефиниране целите на сектор пчеларство от област Русе
Доц. д-р Любомир Любенов..... 99

Антикризисното управление в процеса на глобалната промяна
Доц. д-р Ирена Емилова 107

Иновации и иновационен процес в търговския бизнес
Доц. д-р Анатолий Асенов 112

Елементи и същност на организацията и организации от публичния сектор
Доц. д-р Христо Сирашки 120

HRM системите в търговските предприятия – ключът за успешно управление
Гл. ас. д-р Зоя Иванова..... 128

Глобален недостиг в търговията с графични карти – фактори и тенденции
Гл. ас. д-р Иван Маринов..... 136

Управленски аспекти на търговията в новата дигитална реалност
Гл. ас. д-р Станислава Стоянова..... 144

Въздействие от употребата на пестициди в селското стопанство
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева 152

Култура и мениджмънт на ресурсите при търговията с луксозни стоки
Гл. ас. д-р Иво Велинов 159

Предизвикателства пред виртуалното управление на търговския екип
Ас. д-р Надежда Стефанова..... 168

Основные направления развития перспективы „клиенты“ для потребностей стоимостно-ориентированного управления клиентским капиталом
Татьяна Завалий..... 176

Модели на ситуационно лидерство
Синан Пехливанов..... 181

Тематично направление: Иновации и дигитализация в търговията

Cooperation of Business and Science in the Frames of Technology Parks: Cases of Cee Countries
Prof., DSc. Ihor Lishchynskyy 186
Prof., DSc. Mariia Lyzun

Substantiation of Prospects for Trade Development in the Post-Pandemic Period
Doctor of Economic Sciences, Professor, Maryna Baldzhy 195
PhD in Economics, Victoria Odnolko

Start-up проекты в ритейле
Доц. Светлана Бирюченко, к.э.н. 202

Иновации и дигитализация в сектора на търговията
Доц. д-р Искра Пантелеева..... 206

Роля и влияние на изкуствения интелект върху търговията на дребно
Доц. д-р Надежда Димова 214

Завладени от интернет-на-нещата
Доц. д-р Михал Стоянов 220
Гл. ас. д-р Десислава Гроздева

Форми на проявление на дигитализацията на електроенергетиката – икономически аспекти
Доц. д-р Цветелина Ганкова - Иванова 229

Дигитални решения за реализация на земеделска продукция
Доц. д-р Марина Николова 237

„Системните молове“ и дигиталната революция
Доц. д-р Цветнен Цветков 247

Сравнителен анализ на електронната търговия в Европейския съюз
Доц. д-р Маргарита Шопова 251
Гл. ас. д-р Евгени Овчинников

За продоволствието и продоволствената сигурност – от научното знание до бизнес реалността
Доц. д-р Виолета Блажева 259

Изследване на потенциала за развитие на иновативни форми туризъм в България
Доц. д-р Любка Илиева 265
Сиана Спасова

Управление на складовете – процеси, предизвикателства, практики
Гл. ас. д-р Марияна Кътева 272

Марковата активност – индикатор за иновации
Гл. ас. д-р Венцислава Николова-Минкова 279

Пост-кризисното състояние и проблеми на хотелиерския бизнес в България
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова 287

Блокчейн в агробизнеса
Гл. ас. д-р Радка Ненова 293

Дигитални решения в туристическия бизнес
Гл. ас д-р Павлин Павлов 301

Тематично направление:
Моделиране и инвестиционни проекти в търговията

Проектный подход как инструмент реализации политики управлении торгово-обменными операциями
Доц. Мария Плотникова, к.э.н. 306
Доц. Оксана Присяжнюк, к.э.н.

Различни възможности за прогнозиране и планиране на застрахователната дейност
Проф. д-р Росен Тодоров 310

Възможности за определяне на ликвидационната стойност
Доц. д-р Светослав Илийчовски 319

Въздействие на преките чуждестранни инвестиции върху вземанията по лизингови договори – нов бизнес в търговията
Доц. д-р Венцислав Перков 327

Преките чуждестранни инвестиции в икономическите сектори на страната
Доц. д-р Добрин Ганчев 335
Доц. дмн Милена Рачева

Организиране на мърчандайзинговите стокови запаси посредством Economic Order Quantity Model – EOQ
Хон. ас. д-р Светла Атанасова 342

A Model for Internet Payment Systems: Qualitative Risk Assessment
PhD Student Valeriu Cernei 351

Производство и търговия с етерични масла – традиция, бъдеще и здраве
Мая Алексиева 358

Тематично направление: Пазарни проучвания и конкурентоспособност в търговията

Increasing the Competitiveness of Ukrainian and Bulgarian Food Industry Enterprises
Doctor of Economic Sciences, Professor, Maryna Baldzhy 367
Graduate student, Aleksandra Nosachenko

The Trade Sector's Response to the Crisis Caused by the Covid 19 Pandemic
Professor Sreten Ćuzović, PhD 375
Associate Professor Svetlana Sokolov Mladenović, PhD
Đorđe Ćuzović, PhD

Конвергенция между омниканалния ритейлинг, маркетинг и логистика
Доц. д-р Виолета Димитрова 385

Състояние и тенденции на пазара на месо в България
Доц. д-р Петранка Мидова 393

Тенденции в заявителската активност и регистрирането на марки със закрила в България за периода от март 2019 г. до март 2021 г.
Гл. ас. д-р Мариела Димитрова 400

Фрагменти от търговията с хранителни добавки и Covid-19
Гл. ас. д-р Борислав Атанасов 407

Приложение на комуникационни инструменти в хипермаркети „Зора“
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 413

Регионални аспекти и проблеми на търговията със селскостопанска продукция
д-р Валери Велковски 422

Инвестиционна активност и търговски възможности пред общините от поречието на река Дунав
Гл. ас. д-р Милен Динков 432

Анализ на улова на калкан (Psetta Maxima) в Черно море
Гл. ас. д-р Георги Русенов 439
Доц. д-р Ангелина Иванова
Гл. ас. д-р Мария Янкова
Ас. д-р Василка Кръстева

Здравният туризъм – елемент на продуктовия портфейл на дестинация България
Д-р Кристина Георгиева 443

Проблеми и възможности пред развитието на интермодалния транспорт в България
Докторант Елена Вълчева..... 451

Ценообразуването като конкурентно предимство
Докторант Илияна Дикова..... 459

Дали бъдещето е тук с иновативните 5G технологии в търговията с услуги?
Милан Чернев 466

Футуристичните доставки като конкурентно предимство на WALMART
Милчо Милчев..... 474

Социално-икономическото присъствие на „Загорка“ ад на пазара
Деница Стоянова 480

Тематично направление: Ефективност и социална отговорност в търговията

Съвременни тенденции и предизвикателства в развитието на кооперативната търговия в България
Доц. д-р Бисер Петков..... 489

Кратки бележки по историята за началото на застраховането в България
Проф. д-р Росен Тодоров..... 496

Sustainability Logistics Infrastructure: Conceptual Considerations and Possible Application
Docent, Candidate of Economic Sciences, Alexander Tanichev..... 501

Съвременни аспекти на търговията с пощенски услуги в България
Доц. д-р Теодора Филипова 512

Съвременните потребители, потребителският активизъм и гражданското общество
Гл. ас. д-р Виолета Петева 520

Сдруженията за защита на потребителите – взаимодействия и ползи
Гл. ас. д-р Миглена Душкова 528

Оценка на рентабилността в търговията
Гл. ас. д-р Николинка Игнатова 536

Организационно развитие чрез социално-отговорно поведение
Гл. ас. д-р Десислава Алексиева 544

Липсата на контрол – предпоставка за фалит на търговска верига (по примера на „Пикадили“ ЕАД)
Д-р Цветан Димов 549

Възможности за оценяване ефективността на дистрибуционните канали
Докторант Велизар Йорданов 557

Тематично направление: Стопанска отчетност и финансиране в търговията

Направления формирования учетного обеспечения системы управления земельными ресурсами
Проф. Татьяна Остапчук, д.э.н. 565

Проблеми при счетоводното отчитане на ДДС при продажбата на стоки в условията на Covid 19
Доц. д-р Галя Иванова-Кузманова 570

Изследване влиянието от прилагането на МСФО 15 приходи от договори с клиенти върху дейността на търговските предприятия
Доц. д-р Иван Андреев 576

Структура на продажбите на дребно – състояние и тенденции
Доц. д-р Красимира Славева 582

Изисквания към документирането на търговските сделки
Доц. д-р Славена Стоянова 589

Приложни аспекти на финансовия контрол при стопанската отчетност
Гл. ас. д-р Надежда Цветкова 597

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ

Доц. Ангелина Сотник, к.э.н.
Государственный университет „Житомирская политехника“, Житомир, Украина

Резюме: *Доклад посвящен исследованию современного состояния развития коммерческой деятельности в Украине. Автором определено, что большинство проведенных исследований посвященных коммерческой деятельности предприятия связано с теоретическим обоснованием управленческой функции. В процессе исследования установлено, что развитие коммерческой деятельности торговых предприятий связано с уровнем экономики страны и ориентировано на потребности и требования рынка, отдельного покупателя товаров и услуг. Анализ современных исследований в области коммерческой деятельности торговых предприятий позволил выделить особенности торговой деятельности производителей товаров, оптовых посредников и розничных торговых сетей по признакам: объемы реализации, цепь деятельности, срок формирования поступлений, местоположение, специализация. Обозначенные особенности коммерческой деятельности по видам торговых предприятий позволили сформировать актуальную проблематику и дальнейшие перспективы их развития. Общие проблемы развития коммерческой деятельности украинских торговых предприятий связаны с отсутствие достаточного количества финансовых ресурсов для обеспечения потребностей процессов реализации продукции, низкая деловая активность партнеров, несоблюдение конкурентами правил торговой деятельности. Общие перспективы развития коммерческой деятельности касаются внедрения стратегического управления для определения целевых рынков сбыта, улучшение коммуникационной политики, подписание договоров на взаимовыгодных условиях, активизация деловой активности, вложения инвестиций в развитие материально-технической базы.*

Ключевые слова: *коммерческая деятельность, торговое предприятие, оптовое торговое предприятие, розничное торговое предприятие.*

JEL: *F10, F14, L81*

ISSUES AND PROSPECTS IN THE DEVELOPMENT OF COMMERCIAL ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE

Assoc. Prof. Angelina Sotnik, Ph.D.
Zhytomyr Polytechnic State University, Zhitomir, Ukraine

Abstract: *The article is dedicated to the research of the current development state of commercial activity. The author determines that the most researches conducted about the commercial activity in Ukraine are connected with the theoretical substantiation of management process. In the process of the study it is determined that the development of the commercial activity at enterprises is connected with the development of the country's economy*

and directed to the needs and demands of the market, a separate buyer of goods and services. The analysis of the current studies in the sphere of commercial activity of trade enterprises made it possible to single out the peculiarities of trading activity of producers of goods, wholesale mediators and retail trade networks according to the following signs: the amounts of sales, the chain of activity, the term of forming incomes, the place of disposition, specialization. The paper determines the peculiarities of commercial activity according to the types of trading enterprises and this allows to form the problems and prospects of their development. The common issues for the development of enterprises' commercial activity are the lack of sufficient amount of financial resources to provide the needs of the selling processes, the low business partners' activity, competitors' breach of the rules for the commercial activity. The common prospects for the development of enterprises' commercial activity are the use of strategic management for determining the purpose-oriented sales markets, the improvement of communication policy, signing the agreements under mutually beneficial conditions, the intensification of business activity, the attraction of investments to the development of material and technical basis.

Key words: *commercial activity, trade enterprise, wholesale trade enterprise, retail trade enterprise.*

JEL: *F10, F14, L81*

Термин „коммерческая деятельность“ появился в Украине одновременно с термином „рынок“, отражающий развитие коммерческих процессов и отношений обмена. Анализ литературных источников позволил сделать вывод, что коммерческая деятельность является составной хозяйственной деятельности предприятий, которые собственную изготовленную продукцию реализуют потребителям или осуществляют закупку товаров для последующей их продажи (Апопій В. В., 2009), (Болтянська, Андреева, & Лисак, 2015), (Панкратов & Серегина, 1999). Таким образом, коммерческая деятельность тесно переплетается со всеми направлениями работы предприятия: от организации процесса производства к формированию экономического результата. Торговля является элементом деятельности предприятия, удовлетворяет спрос и формируует общий экономический эффект. Таким образом, цели и задачи коммерческой деятельности связаны с движением товаров от производителя к потребителю, а торговля выступает формой существования коммерции и отражает отношения купли-продажи.

Развитие конкурентной среды, ориентация деятельности предприятий на удовлетворение потребительских нужд активируют коммерческую деятельность. Значительное внимание вопросам организации и управления коммерческой деятельностью в условиях рыночной экономики уделяли такие ученые как: В. В. Апопом, Г. М. Богославец, Т. А. Гусаковская, Н. А. Криковцева, О. Ю. Масленников, Ф. Г. Панкратов Ю. А. Силкина, А. И. Тымчина. Однако, несмотря на значительное количество выполненных исследований, многие теоретические и прикладные аспекты коммерческой деятельности предприятий раскрыты не полностью, что ограничивает возможности определения особенностей развития предприятий ориентированных на продажу и перепродажу товаров.

Целью доклада есть установление особенностей осуществления коммерческой деятельности предприятий, которые производят продукцию, занимаются оптовой и розничной торговлей, а также определение проблем и перспектив их дальнейшего развития.

Ведение коммерческой деятельности присуще тем предприятиям, цель функционирования которых создание прибыли путем изготовления и продажи (перепродажи) продукции, оказания услуг необходимых рынку. Поэтому, для разработки правильной стратегии на рынке товаров и услуг, коммерческие службы предприятий должны правильно оценить общее состояние потребительского рынка и его тенденции в пределах того региона или сегмента, на который предприятие ориентируется (Тимчина, 2010). Поскольку коммерческая деятельность является составной хозяйственной деятельности предприятий-производителей товаров, определяющая в деятельности оптовых и розничных торговых предприятий, возникает необходимость в установлении особенностей её осуществления (таблица 1).

Таблица 1. Особенности коммерческой деятельности торговых предприятий в Украине

Характеристика	**Предприятия производители продукции**	**Предприятия оптовой торговли**	**Предприятия розничной торговли**
Объемы реализации	Большие партии, торговля малыми партиями при наличии собственных точек реализации	Большие партии продукции	Малые партии продукции
Цепь деятельности	Закупка сырья - хранение сырья-производство продукции-складирования товара-реализация товара	Закупка товара-хранения (складирования) товара-реализация товара	Закупка товара - реализация товара
Сроки формирования поступлений	В сроки, которые определены по договору купли-продажи	В сроки, которые определены по договору купли-продажи	В сроки, которые определены по договору розничной купли-продажи, сразу после проведения операции по реализации товара или по договору купли-продажи товаров в рассрочку
Место расположения	Вблизи целевых рынков сбыта	Вблизи транспортных узлов	В местах скопления людей, жилые кварталы
Специализация	Производство и реализация продукции	Посредничество	Реализация продукции конечному потребителю

Источник: сформировано автором

Учитывая особенности функционирования предприятий, ориентированных на продажу и перепродажу продукции, выделим препятствия и перспективы их развития. Проблемы развития производителей товаров по налаживанию своей коммерческой деятельности связаны с отсутствием финансовой возможности организовывать собственные точки реализации продукции. Пользуясь услугами торговых посредников, конечная цена на изготовленную продукцию растет. Таким образом, ценовая стратегия предприятия-производителя корректируется, конечный потребитель покупает продукт, цена которого значительно выше его реальной стоимости. Учитывая конкурентную борьбу, описанная ситуация чаще всего приводит к снижению спроса на произведенную продукцию и потери производителем поступлений от реализации.

Проблемы развития коммерческой деятельности оптовых предприятий связаны с недостаточностью собственных финансовых ресурсов для развития материально-технической базы и несоответствием предлагаемых систем кредитования с имеющимися возможностям. Ограниченность складских помещений и складской обработки товаров способствует формированию узкой специализации (по товарному ассортименту, функциональным направлениям, по набору услуг) и несоответствия предлагаемых товаров и услуг требованиям клиентов.

Касаемо проблем и особенностей функционирования розничных торговых предприятий, необходимо отметить, что на сегодняшний день их деятельность характеризуется отказом от установленной специализации и типизации торговых объектов и поиском оптимального товарного профиля каждого самостоятельного субъекта торговой деятельности. Это затрудняет не только поиск покупателями нужных им товаров в множестве различных магазинов, но и создает определенные проблемы для формирования оптимальной модели розничной торговой сети на территории отдельных регионов, административных территорий или населенных пунктов. Достаточно часто на рядом расположенных участках в пределах даже одного микрорайона города, строятся однотипные магазины, конкурирующие между собой, зато в других местах предприятия торговли практически отсутствуют или через свой товарный профиль не способны удовлетворить потребности покупателей (Масленников & Кручковський, 2010). Значительную конкуренцию создает розничным торговым предприятиям неупорядоченная уличная торговля, которая, в большинстве случаев, не соблюдает правила торговли, реализует товары-фальсификаты и не способна гарантировать качество товаров и защиту прав потребителей.

Стоит отметить об особенностях сотрудничества производителей товаров и розничных торговых предприятий с оптовыми. Для розничных торговых предприятий целесообразность сотрудничества с оптовиками определяется, прежде всего, экономией затрат на организацию их товарообо-

рота. Поэтому основной причиной самостоятельной организации закупочной деятельности розничными торговыми предприятиями является экономическая нецелесообразность сотрудничества с оптовыми предприятиями из-за высоких ценовых параметров, недостаточного качества предоставляемых логистических услуг, неудачного опыта предыдущего сотрудничества (Клочко & Сікєтіна, 2015), (Масленников & Кручковський, 2010), (Панкратов & Серегина, 1999). Недостатки практики сотрудничества производственных предприятий с оптовыми торговыми предприятиями, которые формируют спрос на их услуги, связаны с: нарушением финансовых обязательств оптовиками; низкой деловой активностью по расширению доли рынка сбыта; недостаточным уровнем выполнения условий договоров (Богославець & Трубей, 2014).

Учитывая сегодняшние условия развития коммерческой деятельности и отсутствие налаженных деловых связей между предприятиями-производителями, посредниками и торговыми предприятиями, существует необходимость в корректировке их деятельности и определении дальнейших направлений развития. Основными направлениями улучшения коммерческой деятельности оптовых предприятий являются: формирование полного комплекса основных и дополнительных услуг, которые используют производственные и розничные торговые предприятия; формирование новых условий сотрудничества; создание объединений торговых посредников, способных наиболее полно и эффективно удовлетворять интересы клиентов (Богославець & Трубей, 2014).

Дальнейшее направление развития розничных торговых предприятий связано с обеспечением населения качественной продукцией. Поскольку большинство товаропроизводителей не имеют собственной сети сбыта продукции, розничные торговые предприятия завершают процесс продвижения товара от производителя к потребителю. Розничные торговые предприятия, при наличии сертификатов качества, принимают для реализации продукцию и обеспечивают должное ее хранения. Для налаживания системы правильного хранения, своевременного изъятия из торгового зала просроченной продукции, ее возврата или утилизации, должна быть надлежащая материально-техническая база. Имеющаяся материально-техническая база должна обеспечивать необходимый температурный режим в залах раскладки товаров, в холодильных камерах, наличие помещений для размещения доставленной продукции под реализацию и отдельных помещений для хранения просроченных товаров.

Таким образом, обеспечение эффективной коммерческой деятельности предприятий, является важной задачей повышения темпов развития экономики. Необходимыми условиями достижения желаемой результативности коммерции есть налаженные связи между производителем и потребителем, путем формирования коммуникационной политики, эффективной сис-

темы сбыта, конкурентоспособной ценовой стратегии, товарного ассортимента соответствующего рыночным потребностям. Также, важной составляющей успеха коммерческой деятельности, является развитие системы партнерских связей между производителями, оптовыми и розничными предприятиями, формирование взаимовыгодных условий сотрудничества для увеличения поступлений от продаж.

Литература

1. Апопій В. В. (2009). Організація торгівлі: [підручник]. Центр учбової літератури, с. 632.
2. Богославець, Г., & Трубей, О. (2014). Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі. / Науковий вісник Херсонського державного університету, серія економічні науки Випуск 5. Частина 2, с. 28-32.
3. Болтянська, Л., Андреева, Л., & Лисак, О. (2015). Економіка підприємства: навчальний посібникисак. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, с. 668.
4. Клочко, Н., & Сікєтіна, Г. (2015). Аналіз комерційної діяльності торговельного підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі, 1 (69, ч. 2, с. 106-111.
5. Криковцева, Н., Казакова, О., Саркісян, Л., Авдєєнко, Л., Дяченко, Г., Курська, Л., & Сахарова, О. (2007). Комерційна діяльність К.: Центр учбової літератури. К.: Центр учбової літератури, с. 296.
6. Масленников, О., & Кручковський, Б. (2010). Проблеми і перспективи розвитку роздрібної торгівлі в Україні в умовах ринкових перетворень. Науковий вісник НЛТУ України Вип. 20.2, с. 223.
7. Панкратов, Ф. Г., & Серегина, Т. К. (1999). Коммерческая деятельность: Учеб. пособ. ИВЦ „Маркетинг“, с. 248.
8. Силкіна, Ю. (2017). Проблеми та перспективи розвитку ринку роздрібних торговельних мереж в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, с. 152-157. http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/34.pdf
9. Тимчина, А. (2010). Сутність і роль комерційної функції підприємств у ринковому середовищі. Науковий вісник НЛТУ України. Вип. 20.15., с. 297-303.