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

АНТИКРИЗИСНОТО УПРАВЛЕНИЕ В ПРОЦЕСА НА ГЛОБАЛНАТА ПРОМЯНА

Доц. д-р Ирена Емилова
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *В настоящата разработка са разгледани някои аспекти на антикризисното управление в процеса на глобалната промяна. Изяснени са основните изисквания към антикризисното управление като система, набор от механизми, специфични процеси и технологии и стил на управление. Разгледани са фактори, определящи ефективността на антикризисното управление. Обоснована е необходимостта от интерпретирането на нови, специфични характеристики в управленското мислене.*

Ключови думи: *управление, антикризисно управление, глобална промяна*
JEL: *F60; M20*

ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN PROCESS OF THE GLOBAL CHANGE

Assoc. Prof. Irena Emilova, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov

Abstract: *This report examines some aspects of crisis management in process of the global change. Clarified are the main requirements for the anti-crisis management as a system, a set of mechanisms specific processes and technologies and management style. Factors determining the effectiveness of anti-crisis management are considered, too. And, the need to interpret new, specific characteristics in managerial thinking is substantiated.*

Key words: *management, anti-crisis management, global change*
JEL: *F60; M20*

Глобалната промяна налага необходимостта от теоретично осмисляне и характеристика на антикризисното управление. Това, от една страна, е свързано с различни трансформации, които не само създават възможности, но и пораждат редица затруднения, а от друга – с необходимостта от изграждането на концепция, обединяваща различни подходи.

Целта на настоящата разработка е да разгледа някои аспекти на антикризисното управление в процеса на глобалната промяна на основата на анализ на литературни източници.

Глобалната промяна е свързана с фундаментална промяна в представите, основните ценности и приоритети на отделните индивиди. Предполага се, че „рано или късно ще бъде постигнато критично ниво на съзнанието, което ще даде широка основа за зараждането на нова култура“ и създаване на пространство за новия социално-икономически ред (Бърн, 2012).

Процесите на глобалната промяна създават предпоставки за възникването на кризи на глобално, национално и регионално равнище.

Антикризисното управление при тези условия е изправено пред предизвикателството да осигури приемственост на положителния опит по управление, но същевременно да отговори адекватно на динамичните процеси, протичащи в глобален аспект.

Прегледът на чужди литературни източници показва, че съществуват различни подходи за определяне на категорията „crisis management“. Много често тя се разбира като един от аспектите на public relations. В тази връзка, когото се говори за антикризисно управление се набляга на комуникативния аспект. Според М. Симур (Seymour, 1991), (Дорофеев, В. Д., Д. Н. Левин и др., 2006) – комуникацията е централна функция на антикризисното управление.

Хол (Haal, 1991), (Дорофеев, В. Д., Д. Н. Левин и др., 2006) също отбелязва, че еволюцията на антикризисното управление в самостоятелна наука е от public relations. По подобен начин разглежданата категория се разбира и от М. Стивънс (Stevens, 1992), (Дорофеев, В. Д., Д. Н. Левин и др., 2006) , който счита, че антикризисното управление е по-скоро в областта на отношенията, от колкото на реалните процедури.

Основните теоретични знания и практически навици, необходими за антикризисното управление са: обща теория на управлението, методи и технологии за вземане на управленски решения, основи на конфликтологията, теоретични основи на антикризисното управление, иновационен мениджмънт, инвестиционен мениджмънт (Чернявский, 2000).

Според някои автори (Беляев & Коротков) „антикризисното управление се характеризира със своя система на управление, набор от механизми за управление, специфични процеси и технологии за управление, стил на управление.

Основните изисквания към системата за антикризисно управление са: гъвкавост и адаптивност; приоритет на неформалното управление; интеграция; търсене на най-ефективни средства и методи за управление; понижаване на централизма за обезпечаване на ситуационното реагиране; концентрация на усилията за ефективно използване потенциала на организацията.

Основни изисквания към механизма за управление са: мотивация, насочена към кризисните ситуации; установяване на оптимизъм и увереност за постигане на стабилност; интеграция на основа професионалните ценности; инициативност при решението на проблемите, формиране на корпоративна солидарност.

Основните изисквания към процеса на антикризисното управление: мобилност и динамичност при използване на ресурсите, реализиращи иновационните програми; приоритет на програмно-целевия подход; повишаване на чувствителността към фактора време в процеса на управление;

разработка и оценка на последствията на решенията и алтернативите; внимателен избор на критерии за качествата на решенията.

Характерни черти на стила на антикризисното управление: професионално доверие; ясна антибюрократична организация; мотивация на инициативи и самоорганизация; селекция на персонала; анализ на алтернативите; повишаване на отговорността, личен пример.“

Професор А. Г. Грязнова (Беляев & Коротков) определя следните основни принципи на антикризисното управление:

- Ранна диагностика на кризисните явления в дейността на организацията;

- Своевременност при реагиране на кризисните явления;

- Адекватна реакция на мениджмънта за предотвратяване на реалната опасност за социално-икономическото развитие на организацията;

- Пълна мобилизация и реализация на собствените възможности.

Според някои автори (Бирюкова & Бочкова, 2008): „Могат да бъдат посочени някои основни фактори, определящи ефективността на антикризисното управление. Тяхното изследване и анализ позволява да се постигнат високи резултати в борбата с кризисните състояния.

1. Професионално равнище и подготовка

От значение са професионалните знания и умения. Тук се включват не само общите, но и специалните знания, които осигуряват възможности за справяне с различни ситуации от обичайните.

2. Индивидуални умения за антикризисно управление

В много случаи именно индивидуалните умения се оказват решаващи и определящи за изхода от кризата. Това налага целесъобразност за бързо вземане на обективни решения в критични ситуации.

3. Системи за решения в кризисни ситуации

Това е важна част от антикризисния мениджмънт, т.к. от нея зависи качеството на взетите решения и тяхната своевременност.

4. Научна методология

Анализът, основан на научен подход позволява да се вземе най-правилното решение, независимо от факта, че всяка ситуация е строго индивидуална.

5. Корпоративност

Проблемът не може да бъде решен само с приемането на план за действие. Необходимо е да се обединят усилията на всички сътрудници. Получава се един сложен комплекс от социални, психологически и делови отношения. Корпоративността е резултат от усилията на управленската политика.

6. Оперативност и гъвкавост на управлението

В кризисни ситуации решенията се вземат „в движение“. Уменията за вземане на своевременни и проницателни решения е от ключово значение за мениджърите, занимаващи се с антикризисен мениджмънт.

7. Стратегия на антикризисните програми

Това е важен елемент, който трябва да осигури достатъчна мобилност в постоянно изменящите се условия.

8. Система за мониторинг на кризите

Тази система трябва внимателно да изучава всички показатели и да анализира възникването на отклонения“.

Според М. Андреева (Андреева, 2012) : „Възникналата в началото на 21 век световна икономическа криза, очертаваща се като една от най-тежките в историята на глобалната икономика, поражда нови, специфични характеристики в управленското мислене, като по-типични негови аспекти са:

- поява на ново направление в мениджмънта: кризисен мениджмънт, и на т.нар. „кризисно управленско мислене“;
- диференциация в самото кризисно управленско мислене: а/по време на криза; б/ непосредствено след кризи; в/ при антикризисно управление с превантивен характер.

Характеристиките на т. нар. „кризисното мислене“ са:

- постоянна готовност за възможно нарушаване на финансово-икономическото равновесие на фирмата;
- ранна диагностика на кризисните явления;
- диференциация на признаците на кризисните явления по степен на опасност;
- незабавна реакция на симптомите на кризата, чрез специфични механизми на управление, различаващи се от традиционните методи на управление;
- адекватност на реакцията на степента на реалната заплаха за фирмата;
- стремеж за преход от „спонтанен“ към „мек“ сценарий за излизане от кризата;
- оценяване ролята на иновациите като фактор за циклично развитие и особено – ролята на „високите технологии“ за смекчаване ударите на кризата;
- „преоткриване“ на ролята на предприемачеството като възстановител на икономическия ръст и ускорител на иновационните процеси;
- ситуационен подход в мисленето, който дори би могъл да се нарече „ситуационен“ тип мислене.“

Антикризисното управление в процеса на глобалната промяна трябва да се справи с някои от следните предизвикателства (Чернявский, 2000) :

- гарантиране суверенитета на държавите над своите природни ресурси, производствени и икономически потенциали;
- липса на изключителна приоритетност в икономическото развитие на отделните страни или групи от страни;
- отговорност на държавите пред световните съобщества за последиците от провежданата от тях икономическа политика;

- търсене на проблеми на глобалните проблеми на човечеството;
- свободен избор и осъществяване на всички държавни стратегии за социално и икономическо развитие;
- взаимноизгодно сътрудничество за всички страни на световното съобщество;
- световно регулиране на икономическите проблеми.

Антикризисното управление се утвърждава като интересна област от научното познание. В процеса на глобализация, промените в икономическата, политическата, социалната и духовната среда разширяват възможностите, но и създават сериозни ограничения за нейното теоретично изучаване и практическо прилагане.

Литература

Андреева, М. (2012). *Детерминанти на управленското мислене в началото на XXI век.* В: Човешкият фактор в управлението, Сборник доклади, Юбилейна научно-практическа конференция,Свищов: АИ „Ценов“, 56.

Беляев, А. А., & Коротков, Е. М. (n.d.). *Антикризисное управление.* ЮНИТИ, 10-13.

Бирюкова, О., & Бочкова, Л. А. (2008). *Приемы антикризисного мениджмънта.* Дашков и Ко, 15-16.

Бърн, Е. (2012). *Глобалната промяна.* София: ИК „Кибеа“, 45-46.

Дорофеев, В. Д., Д. Н. Левин и др. (2006) *Антикризисное управление.* Из-во Пензенского института экономического развитие и антикризисного управления, Пенза, 71

Чернявский, А. Д. (2000). *Антикризисное управление.* Киев: МАУП, 54; 67.

Haal, J. (1991). In the Jews of a Crisis. *Directors&Boards Summer, 15*(4), 17-20.

Seymour, M. (1991). Grafting a Crisis Communication Plan. *Directors&Boards Summer, 15*(4), 26-29.

Stevens, M. (1992). Crisis , What Crisis? - *Marketing*, 26-27.