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

УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ НА ТЪРГОВИЯТА В НОВАТА ДИГИТАЛНА РЕАЛНОСТ

Гл. ас. д-р Станислава Стоянова
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *Управлението на търговския бизнес през XXI век се различава съществено в сравнение с предходното столетие. Новата дигитална (икономика) реалност се характеризира с висока динамика, нови форми за търговия, нарастваща конкуренция, реинженеринг на процесите, нови технологии, промени в поведението на потребителите и други, което налага последователни и целенасочени действия от страна на мениджърските екипи за адаптиране към глобалните промени, за надеждно функциониране съвременните организации, и за техния икономически успех. Само така би била възможна тяхната дигиталната трансформация.*

Ключови думи: *управление на бизнеса, електронна търговия, предприемачество*
JEL: *M1; M13; M20.*

MANAGEMENT ASPECTS OF TRADE IN THE NEW DIGITAL REALITY

Head Assist. Prof. Stanislava Stoyanova, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov

Abstract: *The management of commercial business in the XXI century differs significantly compared to the previous century. The new digital (economy) reality is characterized by high dynamics, new forms of trade, increasing competition, process reengineering, new technologies, changes in consumer behavior and others, which requires consistent and targeted action by management teams to adapt to global changes, for the reliable functioning of modern organizations, and for their economic success. Only in this way would their digital transformation be possible.*

Key words: *business management, e-commerce, entrepreneurship*
JEL: *M1; M13; M20.*

Като че ли не е възможно да се анализира в дълбочина развитието на търговския бизнес в новата дигитална икономика, без да се разгледа неговата управленска същност. Управлението в своето научно и историческо развитие е натрупало почти стогодишен опит и винаги, чрез своите представители се е интересувало от всички организационни форми, иновативни методи и подходи на взаимодействие в съответствие със степента на обществено развитие. Несъмнен научен проблем е обективното обстоятелство обаче, че управлението не притежава единна методологична основа. Многобройните изследователи, които са работили и работят в тази сфера използват най-разнообразни методологични подходи, понякога несъвместими

един с друг. В крайна сметка се оказва, че единният феномен на управлението по някакъв странен начин се разпада на множество управленски елементи, понякога без връзка по между им. Все пак съвременната методология на управлението притежава относително обособено общоприето теоретично ядро, което може да се използва като носещ теоретичен фундамент.

Всъщност мениджмънтът отговаря на въпроса не само какви да са, а и как да се осъществят управленските политики. Той осигурява организация на всички оперативни нива по целите и средствата за постигането им. Мениджмънтът осигурява операционализация на целите и частите на плана за нуждите на отделните (всички) равнища на организацията. На него се полага да осигурява и наблюдението, критиката и промяната в планирането и последващите обяснения: мениджмънтът отчита непрекъснато напредъка по плана и отклоненията от него. Не на последно място той осигурява климат за работа на всекидневна база (Танев, 2011, с. 62-74).

Според Еленко Захариев (2013) погледнато синтезирано, архитектониката на мениджмънта обикновено се инициира с три относително самостоятелни части: Класически; Бихейвиористки (поведенчески); Научен.

В отговор на трудностите, свързани с практическото приложение на различните модели и школи, американските учени Джеймс Донъли, Джеймс Гибсън и Джон Иванчевич (1997) считат, че познаването на трите подхода има еднакво важно значение за ефективното управление. Проблемът е как да бъдат интегрирани при управлението на системните обекти, защото за целта са необходими определени знания и от трите подхода. Освен това, трябва да се има предвид, че възможните опити за интегриране на най-разпространените подходи към мениджмънта се свързват със системния и алтернативния подходи.

Основният (най-важният) системообразуващ фактор на управлението е неговият предмет – т.е. релациите възникващи между субектите и обектите на управление. В случай, че не съществуват (не са налични) субекти и обекти на управление и релации между тях, то не съществува (не е налично) и управление. Пределно общо и абстрактно казано управлението е отношение между човешки индивиди и организации в което са въвлечени освен това и вещи и предмети. Управленският методологичен подход също така се занимава със субектите и обектите на управление и възникващите връзки между тях, но не е абсолютно тъждествен с предмета на управлението. Предметът на управление показва същината (онтологията) на управлението, докато управленският методологичен подход демонстрира начина (епистемологията), по който управлението може (възможно е) да се изследва (Цанов, 2019, с. 28-29).

Управлението е цикличен процес, съвкупност от взаимосвързани функции за постигане на организационните цели. Посредством мениджмънта се постига определено въздействие върху човешкия фактор в орга-

низацията. Самият процес изисква постигането на синхрон във взаимоотношенията между субекта и обекта на управление и се осъществява с помощта на механизма на обратната връзка в системата на организацията (Асенов, Дилков, Емилова, 2019, с. 60).

Глобализацията на икономиката поставя нови изисквания и предизвикателства пред мениджмънта, породени от динамично променящите се икономически условия. От тази гледна точка чрез обучението трябва да се формират най-важните знания и качества на бъдещия мениджър – да познава обекта на управление, промените в социалната, икономическата и правната среда за развитие на бизнеса, да познава и прилага конкретен инструментариум за анализ на различните бизнес ситуации. На тази основа да проектира развитието на бизнеса и отделните негови дейности и ресурси чрез правилни управленски решения. (Захариев, 2013, с. 256-257).

Търговският бизнес и неговото управление през XXI век вече съществено се различават в сравнение с XX век. Днес всяка отделна икономическа единица трябва да се адаптира към особеностите на новата дигитална (икономика) реалност, за да може да функционира ефективно и надеждно и да има икономически успех. Това изисква последователни и целенасочени действия от страна на мениджърските екипи в съвременните организации за активното управление на промените, с цел максимално усвояване на произтичащите от глобализацията и динамичното технологично развитие ползи, както и смекчаване на отрицателните последици от тях.

Все по-често се срещат академични мнения, че в някакво не чак толкова далечно бъдеще управлението ще се доминира от изкуствения интелект. В тази връзка особено важен е въпросът по какво се отличават човешкия интелект (човешкото управление) и изкуствения интелект (машинното управление). Най-общо казано, може да се отбележи, че разликите са следните:

- ✓ Хората възприемат информация и вземат решения въз основа на когнитивни модели, докато машините възприемат информация и вземат решения въз основа на алгоритми от правила и данни;
- ✓ Човешките същества могат да разберат/схванат даден обект, процес или явление в тяхната цялост, докато, поне към момента, системите с изкуствен интелект не могат;
- ✓ Човешкия фактор има емоции, машините нямат (засега). Това обстоятелство може да се тълкува двояко. От една страна, в някои ситуации емоциите пречат на вземането на бързи и ефективни управленски решения, от друга страна обаче, налице са и ситуации, когато емоциите помагат за вземане на правилните решения.

В този контекст изследователят Джеймс Мартин (Martin, 2001) предлага изчерпателно разбиране за разликите между човешкия интелект и машинния (изкуствения) интелект (виж Таблица 1).

Таблица 1. Сравнителна характеристика на човешкия и изкуствения интелект

Характеристики	Човешки интелект	Изкуствен интелект (машина)
Здрав разум	Да	Не
Способност за поставяне на цели	Да	Не
Способност за разпознаване на модели познати на хората	Да	Ограничена
Способност за разпознаване на модели непознати на хората	Не	Да
Способност да прави аналогии и да асоциира различни идеи	Да	Не
Светкавична логика	Не	Да
Способност да изпълни логически процеси, които хората не могат да разберат	Не	Да
Точно запазване на голямо количество данни и правила	Не	Да
Способност да приложи с точност голямо количество правила	Не	Да
Способност да направи комплексни изчисления	Ограничена	Да
Абсолютна точност	Не	Да
Точен отговор на въпроси идващи от много посоки	Не	Да
Незабавен отговор на въпроси идващи от много посоки	Не	Да
Незабавна свързаност със света	Не	Да
Прецизно взаимодействие с други машини по света	Не	Да
Оригиналност	Да	Не
Способност за вдъхновение и водачество на други хора	Да	Не
Мъдрост	Понякога	Не

Източник: J. Martin, 2001, pp. 18-23.

Дигиталният фактор днес не е само инструмент за увеличаване на ефективността, а нещо, което влияе цялостно и променя бързо икономиката и обществото. Дигиталната икономика включва голям кръг цифрови технологии, както и прилагането им в различни сфери. Става въпрос за такива явления като: облачни технологии, интернет технологии, интернет на нещата, технологии за големите данни, анализ на данни, индустриална и сервизна роботика, развитие на изкуствен интелект, електронен бизнес и електронна търговия, автоматизирано промишлено производство, интелигентни производствени предприятия, интелигентни транспортни системи и транспортни средства, интелигентни енергийни системи… Индустрия 4.0 е понятие, което показва съвременната икономика като естествено продължение на цифровизирането и автоматизирането на производството и тенденциите за обмен на данни. Приема се, че тя е исторически четвърта поред технологична трансформация за човечеството и този акцент дава наименованието.

Днешната реалност се представя като съвкупност от свързани цифрови технологични решения, подпомагащи развитието на автоматизацията, интеграцията и обмена на данни, като при това всичко в производствените процеси се случва в реално време. Икономиката се визира, от една страна – като резултат от тези иновации, а от друга – като самият трансформационен процес – както индустриален, така и технологичен, който целенасочено следва развитието на научните и производствени практики и се основава на тях (Драмалиева, 2020, с. 263).

Не е за пренебрегване и новосъздалата се през последната година крайно неблагоприятна обстановка свързана с пандемията от коронавирус COVID-19, която допълнително засили влиянието на дигитализацията във всички сфери на икономическия и социалния живот, тъй като способства за намаляване на негативните ефекти в сектори като търговията, индустрията, образованието, здравеопазването и т.н.

Търговският бизнес е важен източник на работни места за европейците, като гарантира почти всяко седмо работно място в Европейския съюз. Неговото управление и адаптиране към новите дигитални реалности породени от цифровата революция предполага структурни промени, които позволяват на икономиката да се подготви да създава работни места в бъдеще. Тези промени е важно да бъдат съобразени със следните особености (ЕК, 2015):

- Цифровата революция премахва бариерите, произтичащи от географското разположение и разстоянието, и оказва огромно въздействие върху икономиките и обществата навсякъде по света. За търговията това означава нови възможности, включително за МСП и за потребителите от ЕС. Въпреки че при трансграничната търговия обикновено разходите за постигане на съответствие с изискванията са по-големи за по-малките предприятия, отколкото за големите дружества, електронната търговия дава възможност дори малките онлайн предприятия да имат достъп до клиенти в целия свят. ЕС, като най-голям износител на услуги в света, е в добра позиция да се възползва от това.
- Цифровата революция означава също така нови опасения във връзка със защитата на потребителите и на личните им данни както в рамките на ЕС, така и в международен план.
- Цифровата икономика обаче означава и нови видове бариери пред търговията, които трябва да бъдат преодолявани. Някои от тях касаят дружествата, насочили вниманието си конкретно към търговията по цифров път. Други засягат много по-широк кръг дружества. Събирането, съхранението, обработката и предаването на данни (включително на икономическа, финансова, статистическа и научна информация) и тяхната цифровизация са станали неразделна част от модерните бизнес модели, включително за производствените предприятия.

- Свободното движение на данни през границите придобива все по-голямо значение за европейската конкурентоспособност като цяло. Най-добрите инструменти за справяне с предизвикателствата на цифровата икономика са регулаторното сътрудничество и взаимното признаване на стандартите.
- Създаване на гаранции за потребителите, че могат да подхождат с доверие към продуктите, които купуват в условията на глобална икономика. Потребителите вече усещат ползите от премахването на търговските бариери, тъй като разполагат с по-голям избор от продукти на по-ниски цени. Те имат достъп до продукти от всички континенти и могат да закупуват услуги благодарение на по-лесно достъпните транспортни и цифрови мрежи.

Тук е необходимо да отбележим, че предприятията от търговския сектор все още се сблъскват със сериозни бариери по света, като например наличие на непрозрачни правила, държавна намеса, необосновани изисквания за локализиране на данни и за съхраняване на данните.

Дигитализацията се извършва чрез използване на различни съвременни дигитални технологии, които са ежедневно разширяващо се множество. Сред най-изпъкващите и влияещи на съвременния търговски бизнес и неговото управление са (Лазарова, 2019, с. 98,99):

• *Средствата за дигитализиране на традиционните информационни потоци и Интернет на нещата (IoT)*. Тук се включват всички софтуерни системи за изготвяне на електронни документи, сканиране и преобразуване на хартиени документи, както и сензори, които могат да събират информация в реално време и да я изпращат за последваща обработка и анализ.

• *Мобилни приложения.* Днес все повече фирми се стремят да внесат промяна на бизнес моделите и процесите си в посока онлайн услуги. Тези услуги се достъпват най-лесно и от всяка точка чрез мобилни приложения – онлайн банкиране, следене на отстъпки, търсене на специфични услуги, продукти и пр.

• *Бизнес интелигентност и обработка на големи данни.* Информацията има смисъл да се натрупва, само ако може да се обработва със съответните инструменти и предоставя на поискалите я във вид, който може да им служи най-добре. Днес е възможно в реално време да се извлече семантично свързана информация за минали периоди, да се направят прогнози за бъдещето на фирмата въз основа на анализи на данни и да се коригира стратегията на фирмата, в зависимост от тези резултати.

• *Изкуствен интелект.* Тези технологии идват на помощ, когато трябва да се съпостави новопоявил се обект с известен вече такъв и да се удостовери неговата принадлежност към група познати обекти. Към тези технологии могат да се причислят и така наречените виртуални агенти, които могат да се използват за работа с клиенти при издаване на фактури, извършване на изчисления, проверка на документи.

• *Добавена и виртуална реалност.* Тези технологии могат да променят обучението на служителите, обслужването на клиентите, работата с доставчиците, производителността и цялостното представяне на компанията на пазара.

• *Blockchain технологии.* Информацията трябва да бъде защитена по цялата верига създаване-обработка-съхранение-разпространение. В новия дигитален свят, blockchain технологиите могат да помогнат в осигуряването интегритета на данните, обработката на транзакциите и управлението на връзките с клиентите и доставчиците.

• Облачните технологии. Всички компоненти на дигиталната трансформация трябва да бъдат обединени в една обща платформа, която да е достъпна от всякакви устройства, да има възможност да расте с нарастването на данните и да е отворена за интеграция с най-различни системи. Облачните технологии осигуряват тази платформа.

Тук могат да се посочени още много технологични нововъведения оказващи влияние върху развитието на търговския, но по-важно е да се разбере, че тези промени водят до нови парадигми, които трябва да се проучат, да се изследват детайлно, за да могат да бъдат управлявани ефективно.

*

* *

В заключение следва да се отбележи, че познаването и активното управление на промените в търговския бизнес породени от дигиталната трансформация на икономиката са от съществено значение, за да се гарантира максимално оползотворяване на произтичащите от глобализацията възможности, както и за минимизиране отрицателните последици за съвременните организации от сектора. Това би способствало за увеличаване на производителността, оптимизация на процеса на вземане на решения, създаване на нови управленски структури, предоставяне на възможност всичко да се реализира в реално време и пр.

Литература:

1. Асенов, А., Дилков, Ц., Емилова, И. (2019). *Теория на управлението.* АИ Ценов, Свищов, с. 60.

2. Донъли, Д., Гибсън, Д., Иванчевич, Д. (1997). *Основи на мениджмънта*. София, с. 110-113.

3. Драмалиева, В. (2020). Дигиталната икономика – някои етически аспекти. *Научни трудове на УНСС*, том 3/2020, ИК – УНСС, София, с. 262-273.

4. Захариев, Е. (2013). Мениджмънт в съвременните условия – проблеми и перспективи. – В: *New Knowledge Journal of Science*. Год. II, бр. 1, Пловдив: ВУАРР, с. 253-261.

5. Лазарова, В. (2019). Дигитализация и дигитална трансформация в счетоводството. *Икономически и социални алтернативи*, брой 2, с. 97-106.

6. Танев, Т. (2011). *Management Governence – два вида управление на публичната сфера събрани в единен цикъл на управление*. – В: сп. Публични политики.bg, Година 2, Брой 2, с. 59-92.

7. Цанов, И. *Българското в българското стопанско управление.* София: „Авангард Прима“, 2019.

8. Martin, J. (2001). Alien intelligence. – In: *The Journal of Business Strategy*, Vol. 22, Issue 2, Boston, pp. 18-23.

9. Европейска комисия (2015). *Търговията – за всички.* Люксембург, https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/january/tradoc_154154.pdf