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

УПРАВЛЕНИЕ НА СКЛАДОВЕТЕ – ПРОЦЕСИ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА, ПРАКТИКИ

Гл. ас. д-р Марияна Кътева
УНСС – София

Резюме: *Настоящият доклад има за цел да запознае аудиторията с тенденциите и предизвикателствата, пред които са изправени търговските и производствени предприятия в България при управлението на собствените им складове. Данните в последващия анализ са набрани посредством анкети и наблюдения на български фирми – респонденти в периода 2019-2021 г. Проведеното проучване е част от научния проект „Складовите системи в логистиката – управленски практики и тенденции“, финансиран по НИД на УНСС.*

Ключови думи: *складове, складови процеси, складови системи, софтуер, информационни технологии, дигитализация, електронна търговия, омниканална търговия*

JEL: *L81*

WAREHOUSE MANAGEMENT - PROCESSES, CHALLENGES, PRACTICES

Senior Assist. Prof. Mariyana Kateva, PhD
University of National and World Economy – Sofia

Abstract: *This report aims to acquaint the audience with the trends and challenges of commercial and manufacturing companies in Bulgaria managing their own warehouses. The data in the subsequent analysis were collected through surveys and observations of respondents in the period 2019-2021. The study is part of the research project „Warehouse systems in logistics - trends and management practices”, funded by the University of National and World Economy.*

Key words: *warehouses, warehousing processes, warehousing systems, software, information technology, digitalization, e-commerce, omnichannel*

JEL: *L81*

Управлението на складовете през последните години заема важно място в цялостното управление на процесите в предприятията. То се трансформира под влияние на иновациите в областта на складовата логистика и управлението на веригите за доставки. Все по-често предприятията инвестират в т.нар. интелигентни технологии. „Наред с продукти с по-ограничен обхват като мобилните работни станции, HMI терминалите, носимите устройства с виртуална и добавена реалност, системите с гласова и жестова активация и интелигентните контейнери, логистичните компании все по-често инвестират в по-мащабни технологии за драстично повишаване степента на автономност на складовете като мобилни роботи, автоматизирани

системи за съхранение и извличане (ASRS), ERP софтуер за ресурсно планиране, както и такъв за складов мениджмънт (WMS).“ (Инженеринг Ревю, 2021) Основната цел е да се постигне по-висока скорост, точност, видимост и проследимост в реално време при изпълнение на складовите дейности, съчетани с икономия на разходи, повишена безопасност на труда, минимизиране на грешките и т.н. Благодарение приложението на интелигентните технологии (IoT, big Data, електронен обмен на данни, роботи, дронове, автоматизация, изкуствен интелект, софтуер за управление на бизнес процесите и др.) фирмите съумяват да се адаптират по-бързо към динамичното развитие на веригите за доставки, осигурявайки си конкурентни предимства в дългосрочен план.

В настоящата научна разработка авторът си поставя за цел, въз основа на проведено анкетно проучване и бизнес наблюдения, да направи кратък обзор на тенденциите и предизвикателствата, пред които са изправени и практиките, които прилагат предприятията в България при управлението на собствените им складове.

При набирането на необходимата за последващия анализ информация са проучени мениджърските нагласи в 134 предприятия, управляващи собствени складове на територията на България. 58,2% (78 бр.) от респондентите са търговски фирми (търговци на дребно, търговци на едро и дистрибутори), а останалите 41,8% (56 бр.) са производствени предприятия (производители на продукти за индустриално и крайно потребление, производители на възли и детайли, преработвателни предприятия на суровини).

Анализирайки данните от проведеното анкетно проучване, става ясно, че 85,1% от респондентите използват складовете като места за съхранение на суровини или готова продукция; 40,3% - за смесване на продукти, прием на стоки от различни доставчици и доставка до голям брой клиенти, а 26,1% - за консолидиране, раздробяване и претоварване на товари. Като основно предназначение на складовете се посочват още дообработката и довършването на продуктите; сортирането на товарите; транзитното смесване на партиди; изпълнението на поръчки в електронната търговия и като центрове за обратна логистика. Процентното разпределение на анкетираните фирми по отношение предназначението на притежаваните от тях складове е представено нагледно в следващата таблица 1.

Складовете, опериращи в България, се сблъскват с редица трудности и предизвикателства. Сред основните пречки за постигане на по-добри резултати при управлението на складовете респондентите изтъкват намирането (mean=3,18) и обучението на персонал (mean=2,92), бюджетните ограничения (mean=2,90), степента на развитие на конкуренцията в бранша (mean=2,84) и ограничените IT ресурси (mean=2,32).

Таблица 1. Предназначение на складовете

$складове_предназначение Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
$складове_предназначение[a]	Съхранение на суровини или на готова продукция	114	32,4%	85,1%
	Консолидиране /обединяване/ на товари	35	9,9%	26,1%
	Раздробяване и претоварване на товари	35	9,9%	26,1%
	Дообработка и довършване на продуктите	29	8,2%	21,6%
	Смесване на продукти, прием на стоки от различни доставчици и доставка до много клиенти	54	15,3%	40,3%
	Транзитно смесване на партиди (cross-docking)	17	4,8%	12,7%
	Изпълнение на поръчки в електронната търговия	28	8,0%	20,9%
	Сортиране на товари	26	7,4%	19,4%
	Центрове за обратна логистика	14	4,0%	10,4%
Total		352	100,0%	262,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Източник: анализ на данни от проведено анкетно проучване, обработени с SPSS

От друга страна, като основни предизвикателства пред складовете 73,7% от респонденти посочват намаляването на оперативните разходи и стремежа към увеличаване на ефективността, следвани от съкращаване времето за доставка (49,6%) и осигуряване на наличности посредством редовно снабдяване (43,6%). Към останалите предизвикателства пред складовете, изведени в таблица 2 по-долу, се отнасят изпълнението на спешни поръчки; достигането до перфектната поръчка; по-доброто планиране на работното време на персонала; въвеждането на иновации в стелажните системи и автоматизацията; обработката на данни и информация с големи обеми в реално време; посрещането на колебания в търсенето; опазването на околната среда и изграждането на зелени системи; осигуряването на трудови ресурси; обработката на малки по размер поръчки и поръчки с висока честота на доставка. Сумата от процентите превишава 100, тъй като респондентите имат възможност да отбелязват повече от един верен отговор.

Благодарение на развитието на информационните технологии предприятията преминават от обичайното складово съхранение на стоки към внедряване на висикоскоростни технологични манипулации. В резултат на това те съумяват да повишават своята конкурентоспособност, постигайки по-кратки срокове за изпълнение на поръчките, по-голяма персонализация, по-добър контрол на качеството, по-ниски разходи за труд и по-висока производителност. Складовете, които до скоро се разглеждат само като места за съхраняване и опериране със стоките, вече се трансформират в т.нар. дистрибуционни центрове.

Таблица 2. Водещи предизвикателства пред складовете

$складове_предизвикателства Frequencies

		Responses		Percent
		N	Percent	of Cases
$складове_предизвикателства[a]	Намаляване на оперативните разходи и стремеж увеличаване на ефективността	98	17,4%	73,7%
	Достигане до перфектната поръчка	49	8,7%	36,8%
	Съкращаване на времето за доставка	66	11,7%	49,6%
	Изпълнение на спешни поръчки	53	9,4%	39,8%
	Осигуряване на наличности посредством редовно снабдяване	58	10,3%	43,6%
	Обработка на малки по размер и поръчки с висока честота на доставка	21	3,7%	15,8%
	Посрещане на колебания в търсенето	32	5,7%	24,1%
	По-добро планиране на работното време на персонала	47	8,3%	35,3%
	Въвеждане на иновации в стелажните системи и автоматизация	45	8,0%	33,8%
	Осигуряване на трудови ресурси	30	5,3%	22,6%
	Опазване на околната среда и изграждането на зелени системи	30	5,3%	22,6%
	Обработка на данни и информация с големи обеми в реално време	34	6,0%	25,6%
Total		563	100,0%	423,3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Източник: анализ на данни от проведено анкетно проучване, обработени с SPSS

Един от въпросите в проведеното анкетно проучване има за цел да изведе степента на приложение на дигиталната трансформация на дейността на фирмите, както и осъществяването на електронна или омниканална търговия. Възможните отговори на въпроса варират в диапазона от 1 (в ниска степен) до 5 (във висока степен). Получените средни оценки от отговорите на респондентите са представени в следващата таблица 3.

Таблица 3. Прилагани от респондентите практики от гл.т. вида на фирмата (1 – в ниска степен / 5 – във висока степен)

Mean

	Вид на фирма		
	Търговска	Производствена	Total
Дигитална трансформация на дейността	1,94	2,80	2,25
Омниканална търговия	2,03	2,70	2,27
Електронна търговия	3,72	3,62	3,68

Източник: анализ на данни от проведено анкетно проучване, обработени с SPSS

Анализът на данните показва, че степента на прилагане на дигиталната трансформация в дейността на изследваните фирми получава средна оценка от 2,25. Този резултат (вж. табл. 4) се дължи на факта, че 55,4% от валидно отговорилите респонденти дават много ниска оценка (оценка 1 и 2), а едва 21,5% поставят висока оценка (оценка 4 и 5).

Таблица 4. Оценка на степента на дигитална трансформация на дейността (1 – в ниска степен / 5 – във висока степен)

Дигитална трансформация на дейността

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	25	18,7	44,6	44,6
	2	6	4,5	10,7	55,4
	3	13	9,7	23,2	78,6
	4	10	7,5	17,9	96,4
	5	2	1,5	3,6	100,0
	Total	56	41,8	100,0	
Missing	System	78	58,2		
Total		134	100,0		

Източник: анализ на данни от проведено анкетно проучване, обработени с SPSS

Същия негативен резултат (средна оценка от 2,27) посочват и 55,4% от анкетираните по отношение степента на прилагане на омниканалната търговия, спрямо 19,7% от положителните отговори. Честотата на разпределение на отговорите са видими в таблицата по-долу.

Таблица 5. Оценка на степента на приложение на омниканалната търговия (1 – в ниска степен / 5 – във висока степен)

Омниканална търговия

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	17,9	42,9	42,9
	2	7	5,2	12,5	55,4
	3	14	10,4	25,0	80,4
	4	8	6,0	14,3	94,6
	5	3	2,2	5,4	100,0
	Total	56	41,8	100,0	
Missing	System	78	58,2		
Total		134	100,0		

Източник: анализ на данни от проведено анкетно проучване, обработени с SPSS

От друга страна, степента на прилагане на електронната търговия получава задоволителната средна оценка от 3,68, тъй като 58,4% от валидно

отговорилите дават висока оценка и само 18,3% – ниска (за повече подробности относно честотата на оценките вж. табл. 6).

Таблица 6. Оценка на степента на приложение на електронната търговия (1 – в ниска степен / 5 – във висока степен)

Електронна търговия

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	6,0	13,3	13,3
	2	3	2,2	5,0	18,3
	3	14	10,4	23,3	41,7
	4	10	7,5	16,7	58,3
	5	25	18,7	41,7	100,0
	Total	60	44,8	100,0	
Missing	System	74	55,2		
Total		134	100,0		

Източник: анализ на данни от проведено анкетно проучване, обработени с SPSS

При анализа на този въпрос прави впечатление, че 58,2% от всички 134 анкетирани предприятия не поставят никаква оценка на степента на дигитална трансформация и омниканалната търговия, а 55,2% - на електронната търговия. Предвид факта, че в анкетното проучване участват мениджъри от висшия ръководен персонал, които са най-запознати със спецификите на управляваните от тях предприятия, следва да се приеме, че липсата на отговор се дължи на неприлагане в никаква степен на тези практики в тяхната фирмена дейност.

Като се вземе под внимание настоящата икономическа и социална обстановка в световен мащаб, е препоръчително изследваните фирми да ориентират стратегиите си към инвестиции в информационни технологии за управление на бизнес процесите им. Самите респонденти споделят, че виждат най-голям потенциал за подобряване на фирмената конкурентоспособност именно в обработката на поръчките. Това може да се постигне чрез внедряване на система за управление на складовите процеси - WMS (Warehouse Management System) в притежаваните от тях складове.

Системата за управление на складовите процеси представлява „софтуерно приложение, в което е заложена цялата методика за управление на всички складови процеси.“ (Българска Транспортна Преса, 2012) Тя е „цялостно решение за управление на складове, което обхваща организация на складовото стопанство, управление на складовите операции и наличности, следене на партиди, срок на годност, серийни номера.“ (Balkan Services, 2021).

Интеграцията на системата за управление на складовите процеси спомага за увеличаване на фирмената ефективност въз основа на следните основни функционалности:

- Работа в реално време, независимо от местоположението на служителите;
- Синхронизация между клонове, отдели, териториално отдалечени складове;
- Електронно обработване на всички документи посредством използване на баркод и мобилни технологии;
- Видимост и проследяване в реално време на наличностите от стоки в складовете;
- Единна база данни;
- Минимизиране на грешките;
- Автоматизиране на процесите по доставка на стока, вътрешно движение на артикули, инвентаризация, изписване на продукция към клиент и печат на различни типове етикети;
- Възможност за интеграция с други системи за управление на бизнеса като ERP и BI или електронен магазин.

WMS софтуерът е приложим за всяка едно от фирмите – респонденти в настоящото проучване, тъй като може да се използва „за управление и оптимизация на складовата логистика във всички сфери на бизнеса – в производствени складове (и за суровини, и за готова продукция), в центрове за дистрибуция на стоки, от 3PL/LSP (fulfilment) компании, ритейл, при временно съхранение и групиране на товари от доставчици на транспортни услуги и др.“ (STAMH, 2021)

В заключение следва да се направи обобщението, че конкуренцията в близко бъдеще ще става все по-ожесточена. Поради това, за да запазят и подобрят конкурентните си позиции, е препоръчително търговските и производствени предприятия да ориентират инвестиционната си политика към дигитализация, автоматизация, дори роботизация в складовете в името на потребителската удовлетвореност.

Литература

1. Българска Транспортна Преса. (2012). Трудният избор на WMS. https://www.logistika.bg/menu/24/post/3822/Trudniqt-izbor-na-WMS

2. Инженеринг Ревю. (2021). Водещи тенденции в управлението на складове. https://www.engineering-review.bg/bg/vodeshti-tendencii-v-upravlenieto-na-skladove/2/4540/

3. Balkan Services. (2021). WMS системи за управление на складове. https://www.balkanservices.com/biznes-softuer/kategoriya/wms

4. STAMH Ltd. (2021). WMS - софтуер за склад и логистика. https://stamh.com/bg/softuer-za-sklad-wms