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

ДИГИТАЛНИ РЕШЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

Гл. ас д-р Павлин Павлов
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *Дигиталните решения в туристическия бизнес се свързват с използването на различни съвременни технологии, устройства и т.н. Разнообразието на туристическите продукти и услуги налага използването на интелигентни дигитални решения. Пандемията от COVID-19 ускори в значителна степен развитието и предлагането на туристически услуги предлагащи безопасност, т.е. редуциране на вероятността от контакт с вируса, чрез използването на безконтактни технологии, виртуална реалност и др. В доклада се представят и обсъждат в синтезиран вид е-туризма, смарт туризма, някои виртуални решения, ИКТ в туризма.*

Ключови думи: *туристически бизнес, дигитални решения, COVID-19, туризъм*
JEL: *L83*

DIGITAL SOLUTIONS IN THE TOURISM BUSINESS

Head assist. prof. Pavlin Pavlov, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov

Abstract: *Digital solutions in the tourism business are associated with the use of various modern technologies, devices, etc. The variety of tourism products and services requires the use of intelligent digital solutions. The COVID-19 pandemic has significantly accelerated the development and provision of tourism services offering safety, i.e. reducing the likelihood of contact with the virus through the use of contactless technology, virtual reality, etc. The article presents and discusses in a synthesized form e-tourism, smart tourism, some virtual solutions, ICT in tourism.*

Key words: *tourism business, digital solutions, COVID-19, tourism*
JEL: *L83*

Ролята на дигиталните решения в туристическия бизнес е ключова за развитие на туризма. Това се откроява още повече в условията на пандемията от COVID-19, която наложи множество рестрикции и засегна всички икономически сектори. Сред най-засегнатите безспорно е туристическият, който до преди настъпването на COVID-19 беше един от основните двигатели за развитие на световната икономика. Бяха наложени редица ограничения в пътуванията, което неизменно рефлектира върху целия туристически бизнес (голям спад в заетостта, съответно приходите) и туристите (силно редуцирани възможности за пътуване). Поради тази причина дигитализацията в туризма е сред жизненоважните решения за тази ситуация (Akhtar, et al., 2021). Туристическата индустрия може да използва съвременните технологии за подпомагане и дори оцеляване на индустрията в условията на

пандемия и последващото възстановяване. В научно изследване проведено през 2018 г. група изследователи открояват, че предприемачите в сферата на туризма считат, че сред набора от качества необходими за успешен туристически бизнес най-важното е умението за работа с информационни и комуникационни технологии (ИКТ) (Божинова, Павлов, Тодорова, & Вълкова, 2018). По своята същност ИКТ обозначава съвместното използване на всички възможни информационно-комуникационни възможности (Илиева, Перков, Сакакушев, Матева, & Николова, 2017).

В съвременните условия туризмът е тясно свързан с информационните и комуникационните технологии, включително с дигиталните решения от най-ново поколение (нар. още смарт и/или интелигентни). Съвременните предприятия функционират в една сравнително нова дигитална и променяща се бизнес среда (Бойчев, 2015). Необходимо е да отбележим, че смарт туризмът се различава от електронния туризъм (е-туризъм), но е силно зависим от дигиталната инфраструктура изградена от електронния (Gretzel, Reino, Kopera, & Koo, 2015). Смарт туризмът добавя към нея широко разпространена мобилна свързаност и се явява връзка между цифровата и физическата среда като на практика създадената по този начин информационна структура обхваща цялата туристическа дестинация (Kazandzieva, 2020). В следващата таблица е представено сравнение на основните характеристики на смарт туризма и електронния туризъм.

Таблица 1. Характеристики на смарт туризма и електронния туризъм

	Е-туризъм	**Смарт туризъм**
Сфера	Дигитален	Преодоляване на цифрово и физическо
Основна технология	Уебсайтове	Сензори и смартфони
Фаза на пътуване	Преди и след пътуване	По време на пътуване
Източник	Информация	Big data (Големи данни)
Парадигма	Интерактивност	Технологично и съвместно създаване
Структура	Верига на стойността/посредници	Екосистема
Обмен	B2B, B2C, C2C	Публично-частно-потребителско сътрудничество

Източник: съставено по данни от Gretzel, U. Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. Smart tourism: foundations and developments// Electron Markets, 2015, pp 179-188

В интелигентния туризъм технологиите се разглеждат като инфраструктура, а не като отделни информационни системи и обхващат разнообразие от виртуални решения, които интегрират хардуер, софтуер и мрежови технологии, за да осигурят информация в реално време и анализи в помощ хората за взимане на информирани решения относно техните пътувания (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015). Също така могат да се оптимизират

бизнес процесите и представянето на туристическия бизнес като цяло и по време на пандемията от COVID-19. Непрекъснато развиващите се дигитални решения в сферата на туризма провокират засилен интерес към възможностите, които дават за туристическия бизнес и туристите. Примери за добри практики в това отношение могат да бъдат следните:

✓ Marriott International

Хотелиерската верига (Marriot International, 2021) предлага от 2021 г. в някои свои хотели („Moxy NYC Times Square“, „Courtyard New York Manhattan/Midtown East“, TownePlace Suites Monroe“, „Moxy Miami South Beach“) устройства за безконтактно използване на редица услуги, свързани с настаняването и престоя. Напрактика туристите могат да се чекират, настанят и напуснат хотела, чрез използването на сензорен екран. Ключът за стаята също се получава от устройството. Използва се ултравиолетова светлина за постоянна дезинфекция на сензорните екрани. Друга прилагана технология в хотелите „Fairfield Inn & Suites Frederick“ и „Fairfield Inn & Suites Arundel Mills BWI Airport”, са устройства, предлагащи напитки и храна по всяко време. По този начин, чрез съвременни технологии на гостите се предлага удобства, осигуряващи рационализирано обслужване.

✓ Accor

През 2021 г. веригата (Accor, 2021) започва въвеждането на дигиталното решение „Accor Key“, чрез което се предоставя достъп на туристите без физически ключ. По този начин хотелиерската верига отговаря на предизвикателствата на социалното дистанциране, породени от COVID-19. Същевременно в хотела „Ibis Styles London Gloucester Road”, част от веригата Accor, пилотно се въвежда изцяло дигитална екосистема. Тя включва дигитални решения на всеки етап от процеса на обслужване на гостите, а именно:

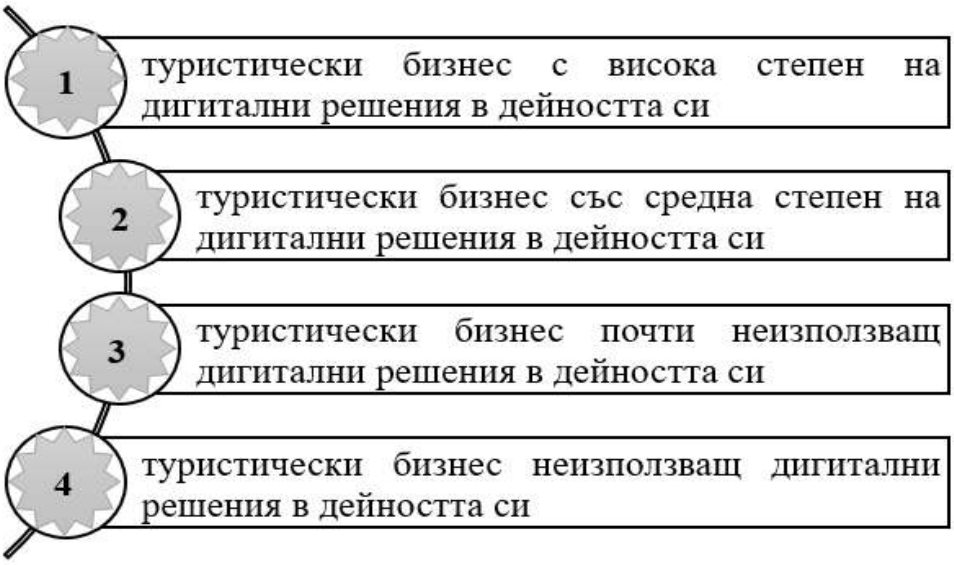
- Online check-in – онлайн настаняване;
- Pay By Link – плащания;
- Accor Key – достъп до стаята и други зони в хотела без физически ключ;
- Click Pay Collect – дигитални кетъринг услуги;
- WhatsApp – контакт с хотелския персонал.

Виртуалната реалност също е дигитално решение за туристическия бизнес, което дава възможност за предварително запознаване на туристите с предлаганите туристически продукти и услуги. Тя се използва при хотелиерството, туроператорската дейност, туристическите атракции и т.н. В сравнение със снимките и видеата, виртуалният тур предлага по реалистично преживяване и възможности за проучване на определени аспекти, интересуващи отделните туристи.

Необходимо е да отбележим, че въпреки позитивите от развиващите се ИКТ в сферата на туризма, които се подчертават от добрите практики, съществуват и някои негативни ефекти. Някои автори поставят акцент върху „електронното“ отчуждение като специфичен резултат от все по-засиленото

използване на дигитални решения в туризма (Tribe & Mkono, 2017). Те разглеждат негативните последици от ИКТ върху туристическия опит, т.е. отчуждаване и дистанциране. В този контекст е важно да се каже, че в условията на кризи, каквото е пандемията от COVID-19, вероятно единственото решение при сериозни рестрикции за пътувания са именно възможностите давани от дигиталните решения в туризма. Например – виртуални турове, посещения на онлайн концерти и т.н. Това разбира се не замества реалния досег, но позволява своеобразно откъсване от ежедневието. От гледна точка на туристическия бизнес, не носи толкова приходи, колкото от реални посещения, но все пак генерира паричен поток.

В съвременните условия и динамично променящата се бизнес среда бихме могли да синтезираме няколко основни групи туристически бизнес, които в различна степен се възползват от възможностите за иновации в практикуваната от тях дейност (фиг. 1).



Фигура 1. Основни групи туристически бизнес, в зависимост от прилагането на дигитални решения

Източник: авторова фигура

От посочените четири групи във фигура 1, единствено последната е с най-малка вероятност, но въпреки това не е за изключване. Факт е че иновативните и предприемчиви мениджъри все повече развиват дейността си чрез вземането на информирани решения за повишаване ефективността на бизнеса си.

От гледна точка на туристите може да се направи същото условно разделение, т.е. туристи използващи дигитални решения във висока, средна, ниска степен и такива, които не използват.

В заключение, може да се каже, че съвременните ИКТ дават множество дигиталните решения за туристическия бизнес. Те се свързват с използването на различни съвременни технологии, устройства и т.н. Пандемията

засили темповете на разработване и въвеждане на интелигенти решения с оглед на подпомагане на туристическия бизнес и осигуряване на безопасност и удобство за туристите. Несъмнено съвременните технологии имат своя принос за подпомагането и дори оцеляването на туристическата индустрията в условията на пандемия и последващото възстановяване.

Литература

1. Божинова, М., Павлов, П., Тодорова, Л., & Вълкова, В. (2018). Състояние, проблеми и перспективи пред предприемачеството в сферата на туризма в България. *Алманах Научни изследвания, 25*, стр. 104-135.
2. Бойчев, Б. (2015). Оптимизиране на дейността на предприятията чрез прилагане на концепцията „интернет на нещата“. *Международна юбилейна научно-практическа конференция:Европейски практики и национални рефлексии в планирането. 2*, стр. 342-346. Свищов: АИ Ценов.
3. Илиева, Л., Перков, В. К., Сакакушев, М., Матева, М., & Николова, Н. (2017). Усъвършенстване на обучението по търговия и туризъм чрез прилагане на информационни и комуникационни технологии. *Алманах Научни изследвания, 24*, стр. 374-402.
4. Akhtar, N., Khan, N., Mahroof Khan, M., Ashraf, S., Hashmi, M., Khan, M., & Hishan, S. (2021). Post-COVID 19 Tourism: Will Digital Tourism Replace Mass Tourism? *Sustainability, 13*(10).
5. Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., & Koo, C. (2015). Smart tourism challenges. *Journal of Tourism, XVI*(1), 41-47.
6. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electron Markets, 25*(3), 179-188.
7. Kazandzieva, V. (2020). Sustainable Forms of Smart Tourism. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna, 9*(2), 85-94.
8. Tribe, J., & Mkono, M. (2017). Not such smart tourism? The concept of e-lienation. *Annals of Tourism Research, 66*, 105-115.
9. Marriot International: https://www.marriott.com/, (2021)
10. Accor: https://group.accor.com/, (2021)