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

# 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**
**ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“ – Велико Търново**

***Резюме:*** *Публикацията извежда тенденции в търговските отношения, поведението на търговските субекти в дигиталната икономика в конкретен период. Времевият отрязък е целево избран, тъй като формира представа за поведението на търговските субекти, предизвикано от пандемията. Базовите данни за заявяване и регистрация на марки в България, с фонови данни за другите обекти на индустриална собственост, са цифров материал за анализа и изводите в този доклад.*

***Ключови думи:*** *дигитална икономика, търговски субект, икономическо поведение, индустриална собственост, марка, патент, изобретение, полезен модел, нови сортове растения, национална регистрация*

***JEL:*** *O34*

# TRENDS IN THE APPLICATION ACTIVITY AND REGISTRATION OF TRADE MARKS WITH PROTECTION IN BULGARIA FOR THE PERIOD FROM MARCH 2019 TO MARCH 2021

**Senior Lecturer PhD Mariela Dimitrova**
**University of Veliko Tarnovo St Cyril and St Methodius**

***Abstract:*** *The publication highlights trends in trade relations, the behavior of commercial entities in the digital economy in a specific period. The time segment is purposefully chosen because it forms an idea of the behavior of commercial entities caused by the pandemic. The basic data for the application and registration of trade marks in Bulgaria, with background data for other industrial property sites, are digital material for the analysis and conclusions in this report.*

***Key words:*** *digital economy, commercial entity, economic behaviour, industrial property, brand, patent, invention, utility model, new plant varieties, national registration*

***JEL:*** *O34*

Търговските отношения и поведението на търговските субекти в България претърпяха неочаквани и резки промени след март 2020 г., когато официалните власти у нас обявиха пандемичната ситуация. Икономическата среда претърпя метаморфоза, която промени начина за реализиране на стопанските операции и започна установяване на нов/и модел/и. Динамика е налице, включително и по време на застой, защото безспорен факт е че се

прилагат законите на променливата среда, която изисква нови идеи, гъвкавост и бизнес нюх за формиране на пазарни ниши.

Промяната/движението за едни стопански субекти е възможност, а за други нестабилност. Чрез заявителската и регистрационната активност на икономическите оператори по отношение на марките, през призмата на останалите обекти на индустриална собственост, в този доклад авторът се стреми да очертае локални тенденции, настъпващи в българската бизнес среда. Информацията се представя чрез таблици, чийто източник на данни са официалните бюлетини на Патентно ведомство от 15.03.2019 г. (съдържащ данни от началото на месеца) до 30.03.2021 г.

В този момент на преразпределяне на ресурси, пазари, може би икономическият свят е най-близо до лабораторната среда на синия океан. Създават се нови вкусове на потребителите, възникват нови пазарни навици, формират се нови стратегии, и установеното до момента статукво с всички негови елементи и до безкрай анализирани модели, всъщност рязко трябваше да се промени. Настъпи време за създаване на нови модели, както в бизнес средата на търговията, управлението, така и за създаване на нова потребителска култура.

Класическите пазарни модели и достижения продължават да съществуват, но в нова среда т.е. започва тяхната промяна. Икономическите субекти имат изграден инструментариум – набор от ресурси, методи, които могат да развият по нов начин. По света отдавна се инвестира в обекти на индустриалната собственост, които при разумно и адекватно управление носят сериозна добавена стойност, включително с финансови измерения. За предимствата, които индустриалните обекти носят на икономическите оператори в България се дискутира много, известни са; циркулират разнообразни информационни източници, но практиката сочи че реалното прилагане не е достигнало нивото да се печели от тези обекти.

В променената бизнес среда, когато материалните ресурси намаляват, ограничени са по една или друга причина, новите възможности за развитие са в посоката на създаването на интелектуални продукти. Именно сега е времето за поемане на рискове и изграждане на нови бизнес стратегии, в чиято основа да стоят обекти на индустриалната собственост.

Настоящият доклад използва цифрови данни от бюлетините на Патентно ведомство в периода от март 2019 г. до март 2021 г. (Патентно ведомство), отразяващи заявителската активност на субектите по отношение на марките, както и достигнатият краен резултат – реално регистрирани марки с национална териториална закрила за България. За да се изведат конкретни тенденции, успоредно и фоново се представят данни за заявяването и регистрацията на други обекти на индустриалната собственост – полезни модели, географски означения, патенти за изобретения, промишлени дизайни, нови сортове растения.

Константна истина е, че марката представлява най-известният и най-масово познат обект на индустриалната собственост, както сред бизнес операторите, така и сред потребителите. Анализираните данни го доказват за пореден път. Времевият отрязък, за който са събирани данните също не е случайно избран - от март 2019 г. до март 2021 г. включително, тъй като в няколко пласта се представя:

- Данни за периода от март 2019 г. до март 2020 г. т.е. една година преди пандемичната ситуация;
- Данни за периода от март 2020 г. до март 2021 г. т.е. една година по време на пандемичната ситуация.

Възможно е за целите и фиксираният обем на настоящият доклад да се анализира този сравнително кратък период, тъй като обхващаме традицията от недалечното минало и началото на промяната – основата на новите модели, чието проявление ще наблюдаваме в следващите години. Шоковата за много традиционни бизнеси ситуация с пандемията, реално ги постави пред въпросите:

- Дали да продължат да съществуват и работят както досега на принципа на навика или да прекратяват дейност?;
- Дали да променят бизнес стратегията, за да започнат нов етап от развитието на дейността си и въпреки трудностите да се адаптират към промяната?
- Дали да следват стратегия на оцеляването или да бъдат по-креативни, по-гъвкави и да разработят стратегия за развитие?

Обективни причини обусловиха скоростно навлизане на дигиталните устройства във всички сфери на бизнеса и бита ни. Отдавна се говори за дигитална икономика, за дигитален свят, но от март 2020 г. реалността бързо изкара бизнеса и бита от рутинния коловоз, за да го постави на дигитални основи наистина. Именно тогава се наблюдаваха последиците от несвършеното до момента, но всъщност това беше и шанс по скоростна писта, тези икономически оператори които са по-креативни, да изградят бизнес стратегия за развитие, вместо за оцеляване в среда на статукво.

По естествен път се развиват и съответните процеси и се достига до ключа – възможностите, които предлагат обектите на индустриалната собственост. В няколко последователни таблици този текст представя данни за:

- заявителската и регистрационна активност на марки със закрила за територията на Република България за периода от март 2019 г. до март 2021 г. включително;
- заявителската и регистрационна активност на другите обекти на индустриална собственост (полезни модели, географски означения, изобретения, промишлени дизайни, нови сортове растения) със закрила за територията на Република България от март 2019 г. до март 2021 г. включително;
- сравнителен анализ на заявителската и регистрационна активност на марките на фона на заявителската и регистрационна активност на другите

обекти на индустриална собственост (полезни модели, географски означения, изобретения, промишлени дизайни, нови сортове растения) със закрила за територията на Република България от март 2019 г. до март 2021 г. включително.

Таблица 1. Брой заявени марки с национална закрила за територията на Република България за периода от март 2019 до март 2021 г. включително

| Месец | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. |
|---|---|---|---|
| **Януари** | | **145** | **227** |
| **Февруари** | | **365** | **277** |
| **Март** | **357** | **134** | **374** |
| **Април** | **318** | **695** | |
| **Май** | **264** | **249** | |
| **Юни** | **285** | **291** | |
| **Юли** | **330** | **248** | |
| **Август** | **357** | **215** | |
| **Септември** | **253** | **273** | |
| **Октомври** | **322** | **427** | |
| **Ноември** | **294** | **255** | |
| **Декември** | **374** | **333** | |
| **ОБЩО:** | **3154** | **3630** | **878** |

*Източник: разработена от автора на базата на данни от официалните бюлетини на Патентно ведомство от 15.03.2019 г. до 30.03.2021 г.*

Заявителската активност на субектите, които са предприели действия за регистрация на марка с териториална закрила за България, видно от данните в таблица 1, трайно се запазва. Независимо от промяната в икономическата среда, а и предвид интензивната електронна търговия и дистанционните търговски продажби, марката е устойчиво наложил се бизнес идентификатор, който добавя стойност към активите на предприятието.

Изводът, отнасящ се към заявителската активност, е валиден и по отношение успешно приключилите процедури по регистрация на марка. Предвид, че в хода на регистровата процедура са възможни допълнителни усложнения и отклонения, които могат да забавят процеса по регистрация, данните по таблица 2 сочат тенденция за нарастване броя на регистрациите на марки във фиксирания период. Интересен е факта, че в първото тримесечие на 2021 г. броят на регистрираните марки е почти 1/3 от общия брой регистрирани марки за 2020 г.

Таблици 3 и 4 представят информацията за останалите обекти на индустриална собственост, които са били заявени за регистрация, т.е. стартирана е процедура по регистрация, и съответно резултатите от нея. Нулевите данни в графата за географските означения е ясен знак, че няма интерес към този обект на индустриална собственост. През 2019 г. се забелязва тенденцията за засилен интерес към полезните модели, последвани от патентоването на изобретения и регистрацията на промишлен дизайн. Същата остава

тенденцията и през 2020 г., като значително нараства броя на регистрираните полезни модели. През първото тримесечие на 2021 г. патентите за изобретения заемат водещо място пред полезните модели.

Таблица 2. Брой регистрирани марки с национална закрила за територията на Република България за периода от март 2019 до март 2021 г. вкл.

| Месец | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. |
|---|---|---|---|
| Януари | | 168 | 184 |
| Февруари | | 255 | 482 |
| Март | 280 | 205 | 330 |
| Април | 361 | 324 | |
| Май | 296 | 71 | |
| Юни | 283 | 71 | |
| Юли | 270 | 337 | |
| Август | 276 | 548 | |
| Септември | 393 | 582 | |
| Октомври | 186 | 510 | |
| Ноември | 285 | 252 | |
| Декември | 320 | 237 | |
| ОБЩО: | 2950 | 3560 | 996 |

*Източник: разработена от автора на базата на данни от официалните бюлетини на Патентно ведомство от 15.03.2019 г. до 30.03.2021 г.*

Таблица 3. Брой заявени други обекти на индустриалната собственост с национална закрила за територията на Република България за периода от март 2019 до март 2021 г. включително

| Месец | 2019 г. | | 2020 г. | | 2021 г. | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Изоб-ретения | Нови сортове растения | Изоб-ретения | Нови сортове растения | Нови сортове растения | Изобретения |
| Януари | | | 18 | 5 | 0 | 15 |
| Февруари | | | 8 | 0 | 8 | 9 |
| Март | 20 | 4 | 1 | 0 | 1 | 12 |
| Април | 15 | 1 | 25 | 8 | | |
| Май | 16 | 2 | 13 | 0 | | |
| Юни | 12 | 1 | 12 | 2 | | |
| Юли | 9 | 0 | 10 | 0 | | |
| Август | 15 | 0 | 9 | 2 | | |
| Септември | 12 | 0 | 4 | 0 | | |
| Октомври | 10 | 0 | 5 | 0 | | |
| Ноември | 11 | 6 | 30 | 2 | | |
| Декември | 10 | 1 | 10 | 4 | | |
| ОБЩО | 130 | 15 | 145 | 23 | 9 | 36 |

*Източник: разработена от автора на базата на данни от официалните бюлетини на Патентно ведомство от 15.03.2019 г. до 30.03.2021 г.*

Анализирайки тенденциите кои от обектите на индустриална собственост са предпочитани за регистрация в България, данните ясно сочат че основно заявявани и регистрирани обекти са марките. Това се дължи на не само на установената традиция на маркова култура, на функциите на марката и нейната разпознаваемост, но и на онаследен бизнес модел. Преди 1989 г. патентната активност е била висока, но това е предпоставяно от плановата икономика, държавния монопол, липсата на свободна стопанска инициатива. След политическите промени през 1989 г. патентната активност намалява, като с годините марката заема мястото на патента. Отново фактор са общите политически и икономически процеси т.е. външната среда. В момента съотношението регистрирани марки спрямо общата съвкупност на другите регистрирани обекти на индустриална собственост за цялата 2020 г. е около 3,5 : 1 в полза на марката. Интересна е тенденцията да нараства броя на регистрираните полезни модели.

Таблица 4. Брой регистрирани други обекти на индустриалната собственост с национална закрила за територията на Република България за периода от март 2019 до март 2021 г. включително

| Месец | 2019 г. | | | | | 2020 г. | | | | | 2021 г. | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Издадени патенти за изобретения | Полезни модели | Издадени географски означения | Промишлени дизайни | Издадени сертификати за нови сортове растения | Издадени патенти за изобретения | Издадени географски означения | Промишлени дизайни | Издадени сертификати за нови сортове растения | Полезни модели | Издадени патенти за изобретения | Издадени географски означения | Полезни модели | Промишлени дизайни | Издадени сертификати за нови сортове растения |
| Януари | | | | | | 11 | 0 | 16 | 0 | 43 | 15 | 0 | 12 | 8 | 7 |
| Февруари | | | | | | 7 | 0 | 4 | 1 | 76 | 29 | 0 | 19 | 4 | 0 |
| Март | 18 | 14 | 0 | 16 | 2 | 15 | 0 | 4 | 0 | 24 | 27 | 0 | 20 | 8 | 4 |
| Април | 17 | 19 | 0 | 16 | 7 | 32 | 0 | 12 | 2 | 126 | | | | | |
| Май | 17 | 17 | 0 | 8 | 0 | 7 | 0 | 4 | 0 | 49 | | | | | |
| Юни | 14 | 23 | 0 | 19 | 2 | 29 | 0 | 13 | 6 | 50 | | | | | |
| Юли | 20 | 19 | 0 | 12 | 4 | 16 | 0 | 15 | 0 | 53 | | | | | |
| Август | 27 | 26 | 0 | 17 | 4 | 20 | 0 | 9 | 0 | 22 | | | | | |
| Септември | 19 | 35 | 0 | 7 | 0 | 13 | 0 | 10 | 0 | 28 | | | | | |
| Октомври | 10 | 35 | 0 | 5 | 7 | 11 | 0 | 0 | 3 | 9 | | | | | |
| Ноември | 8 | 43 | 0 | 15 | 1 | 33 | 0 | 16 | 0 | 45 | | | | | |
| Декември | 12 | 57 | 0 | 13 | 0 | 24 | 0 | 7 | 1 | 28 | | | | | |
| | 162 | 288 | 0 | 128 | 27 | 218 | 0 | 120 | 13 | 553 | 71 | 0 | 51 | 20 | 11 |
| ОБЩО: 605 | | | | | | ОБЩО: 904 | | | | | ОБЩО: 153 | | | | |

*Източник: разработена от автора на базата на данни от официалните бюлетини на Патентно ведомство от 15.03.2019 г. до 30.03.2021 г.*

Регистрирането на марки продължава да се запазва като тенденция и в периода на турбуленция във външната среда. Марката държи своето първенство като предпочитан за регистрация обект на индустриална собственост от страна на икономическите субекти. Дигиталната среда повлиява положително върху марковата активност, което означава че за в бъдеще очакваме развитие в сферата на стратегическото управление на марките.

Регистрацията на актива е само началото на един дълъг процес по неговото утвърждаване, повишаване на стойност и управление, каквито процеси предстоят пред всички онези субекти които имат регистрирани марки, но сега пред тях стои предизвикателството за развиване, обогатяване и устойчиво присъствие в новата бизнес среда.

**Литература**

1. Официален бюлетин на Патентно ведомство https://www.bpo.bg/bg/publikacii/bulletin/bulletin-2019

2. Официален бюлетин на Патентно ведомство https://www.bpo.bg/bg/publikacii/bulletin/bulletin-2020

3. Официален бюлетин на Патентно ведомство https://www.bpo.bg/bg/publikacii/bulletin/bulletin-2021