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

ФРАГМЕНТИ ОТ ТЪРГОВИЯТА С ХРАНИТЕЛНИ ДОБАВКИ И COVID-19

Гл. ас. д-р Борислав Атанасов
УНСС – София

Резюме: *Пандемията, предизвикана от COVID-19, породи множество въпроси, включително и по отношение на начина на хранене и прием на хранителни добавки под формата на витамини, минерали, имуностимулатори и др. В настоящата разработка са изведени основните характеристики на хранителните добавки. Разгледани са само част от мненията и съветите главно на български учени за приема на определени хранителни добавки, което оказва влияние и на обема на продажбите им. Въз основа на налична вторична информация е посочено изменението в обема на продажбите на хранителни добавки през първата година от пандемията, представена е информация за вноса на хранителни добавки както в обем, така и в стойност.*

Ключови думи: *хранителни добавки, търговия, Covid-19*
JEL: *I12, M20, M31*

FRAGMENTS OF THE TRADE WITH FOOD SUPPLEMENTS AND COVID-19

Chief Assist. Dr. Borislav Atanasov
University of national and world economy – Sofia

Abstract: The COVID-19 pandemic raised many questions including the way of eating and taking of food supplements as vitamins, minerals, immunostimulators and others. The main characteristics of the food supplements are brought out in this work. Only part of the opinions and advices of mainly Bulgarian scientists for taking of certain food supplements are considered which also affects the volume of their sales. Based on the available secondary information, the change of the sales volume of food supplements during the first year of the pandemic is indicated and information on the import of food supplements in volume and value is presented.

Key words: *food supplements, trade, Covid-19*
JEL: *I12, M20, M31*

Пандемията от Covid-19 промени начина на живот на хората. Още в началото на разпространение на пандемията в средствата за масова информация, а също и в социалните мрежи се отправяха съвети не само за спазване на определени хигиенни навици, но и за здравословно хранене и прием на определени хранителни добавки. Една от първите препоръки бе на Британската асоциация на диетолозите (Дулева, 2020), която препоръча спазване на режим на здравословно хранене. От самата асоциация дори изразиха позиция, че към началния момент на развитие на пандемията липсват научни доказателства за наличие на конкретна храна или действието на конкретни

хранителни добавки, които са в състояние да предпазят населението от заразяване с коронавирусна инфекция. През месец октомври 2020 г., на конгрес на Европейската асоциация по клинично хранене и метаболизъм (БНТ, BgOnAir: Храни и Covid-19, 2020) са представени резултати от изследвания, според които при 90% от заразените с коронавирус е установено липса на витамини и минерали. От Европейската асоциация констатират, че най-често се наблюдава липса на витамините: A, E, D3, B6, B12, както и на минералите цинк и селен. В тази връзка и представители на действащия към онзи момент Националния оперативен щаб (Кантарджиев, 2020) срещу разпространението на коронавируса препоръчаха и прием на витамин D под формата на хранителна добавка.

В интервю от 05.01.2021 г. проф. Добрин Свинаров – началник на Клинична лаборатория и клинична фармакология в Александровска болница (Свинаров, 2021) представи хранителна добавка срещу Covid-19, съдържаща мелатонин, витамините C и D, кверцетин и цинк, която може да се използва както в профилактиката, така и като елемент в лечението на коронавирусната инфекция.

Изказаните становища на медицински лица в условията на пандемия от Covid-19 оказват влияние и върху човешкото поведение както в процеса на хранене, а така също и в процеса на употребата на хранителни добавки.

Съгласно Закона за храните, хранителните добавки са *„храни, предназначени да допълнят нормалната диета и които представляват концентрирани източници на витамини и минерали или други вещества с хранителен или физиологичен ефект, използвани самостоятелно или в комбинация, които се пускат на пазара в дозирани форми, като капсули, таблетки, хапчета и други подобни, на прах, ампули с течност и други подобни течни или прахообразни форми, предназначени да бъдат приемани в предварително дозирани малки количества“*. От така дадената дефиниция за хранителните добавки следва, че:

- Те са вид храна, но не са заместител на разнообразното хранене;
- Съдържат в себе си концентрирана доза витамини, минерали, антиоксиданти и други източници, необходими за нормалното функциониране на човешкия организъм;
- Се предлагат в точно определени дози и чрез приемането им се осигурява необходимото количество, което организмът не може да си осигури чрез обичайното хранене.

Следователно приемането на витамини и минерали под формата на хранителни добавки в условията на пандемия имат за цел:

- Да намалят дефицита от витамини и минерали в човешкия организъм;
- Да подпомогнат функционирането на човешкия организъм;
- В случай на заразяване с коронавирус да съдействат за по-леко протичане на болестта.

Като форма на храна, която допълва обичайният режим на хранене, хранителните добавки са предназначени и за лица, извършващи интензивно мускулно натоварване – професионални или любители спортисти. *Оттук следва, че хранителните добавки, притежават и част от характеристиките на бързооборотните потребителски стоки.* По-конкретно:

- Принадлежат към групата на хранителните стоки;
- Задоволяват личните потребности на индивида;
- Спадат към базовите потребности според йерархията на потребностите по Маслоу;
- Потребяват се ежедневно, но по определена схема и доза, съобразно предписанието на производителя им или според лекарското предписание, когато са предписани от лекар.

Продажбата на хранителни добавки може да се осъществява и без рецепта от лекар. Следователно те се предлагат свободно на пазара чрез:

- Търговски обекти, специализирани в продажбата им (най-често предназначени за лица, извършващи интензивно мускулно натоварване);
- Аптеки и дрогерии;
- Интернет сайтове;
- Телемаркетинг и каталожна търговия;
- Фитнес зали.

В таблица 1 въз основа на обобщенията в Министерството на земеделието, храните и горите е представена информация за броя на търговските обекти за производство и търговия на хранителни добавки (МЗХГ, 2021). В така обобщената информация не е изрично отбелязано, че са включени и интернет сайтовете, чрез които се извършва продажба на хранителни добавки.

Таблица 1. Брой обекти за производство и търговия с хранителни добавки в Република България в края на 2020 г.

Видове обекти	**Брой**
За производство на хранителни добавки на територията на Република България	135
За търговия на едро с хранителни добавки на територията на Република България	588
За търговия на дребно с хранителни добавки на територията на Република България	461
Аптеки	3 571
Общо	**4 755**

Източник: МЗХГ и собствени изчисления

От информацията в таблицата е видно, че общо обектите за производство и търговия с хранителни добавки в Република България според данните на МЗХГ в края на 2020 г. възлизат на 4 755 броя.

По данни на IQVIA България (Бюлетин на списание Progressive, 2021) за 2020 г. продажбите на хранителни добавки достигат 532 млн. лв. За 2020 г. общите продажби на хранителни добавки спрямо 2019 г. нарастват с 20%. От IQVIA България отчитат че, най-сериозен дял в увеличение на продажбите се наблюдава през първото и четвъртото тримесечие на 2020 г., *а именно в периода на първите две вълни от Covid-19 в страната*. Най-голямо нарастване на продажбите се отчита в групата „витамини и минерали" – увеличение на продажбите с над 42% през 2020 г. спрямо 2019 г. От тях увеличението на продажбите на витамини А и D е с 227%, а на имуностимулантите с над 60%. *Основна роля за нарастването на продажбите се дължи на пандемията от Covid-19*.

В Националния статистически институт (НСИ) разгледаните хранителните добавки според ПРОДПРОМ номенклатурата се отчитат общо под наименованието „Провитамини, витамини и техните производни". Поради естеството на данните и съобразно изискванията на Закона за статистиката от НСИ не могат да предоставят информация относно количеството на произведените и на реализираните от местно производство хранителни добавки по години, което от своя страна значително затруднява извършването на анализ на продажбата на хранителни добавки в условията на Covid-19. Налична е информация за внос и износ. В настоящото изложение за период 2016-2020 г. разглеждаме данните за вноса на провитамини, витамини и техните производни, имащи отношение към търговията и продажбите на вътрешния пазар. В таблица 2 въз основа на наличната в НСИ информация са представени данни за вноса на провитамини, витамини и техните производни в обем и стойност в лева по години.

Таблица 2. Внос на провитамини, витамини и техните производни в Република България в обем и стойност по години

Години	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Общ внос в обем (кг)	1 093 640	1 082 677	927 386	920 684	885 458
Общ внос в стойност (лева)	5 300 594	9 056 724	12 183 571	9 272 567	12 148 842

Източник: НСИ

От таблицата 2 е видно, че за периода 2016-2020 г. вносът на провитамини, витамини и техните производни в обем намалява с нас 18%.

Общото намаление на обема на вноса е възможно да се дължи и на нереализирани внесени количества от предходен период. За 2020 г. в сравнение с 2019 г. намалението е в размер на 3.82%. Една от причините са наложените общи ограничения през 2020 г., произтичащи от глобалната пандемия от Covid-19 и препоръките на Европейската комисия към страните членки за ограничаване на пътуванията от и към трети страни на ЕС (Желязкова и Стоянов, 2020). Прави впечатление, че вносът в лева нараства за периода 2016-2020 г. с над 129%. За 2020 г. спрямо 2019 г. нарастването на стойността на вноса на провитамини, витамини и техните производни в стойност (лева) е 31%. Една от основните причина е постоянното изменение на цените на стоките от внос и то в посока увеличение.

В условията на пандемия според цитираните по-горе данни на IQVIA България, търговията с хранителни добавки отбелязва ръст в продажбите. Това се потвърждава и от резултати от онлайн проведено изследване[1] през месец март 2021 г. В обхвата на изследването участват 110 респондента. От тях 69% са жени и 31% мъже. 90% от тях са живеещи на територията на град София. Резултатите от изследването, имащи отношение към настоящата разработка показват, че:

- 60% от анкетираните заявяват, че в периода на пандемия са увеличи приема си на хранителни добавки не като увеличение на дневната доза, а като дневен период на продължителност (увеличена продължителност в брой дни), което е свързано и с покупката на допълнителни количества от съответната добавка;
- 43% от лицата, взели участие в проучването са започнали прием на хранителни добавки по лекарска препоръка;
- 78% отбелязват, че приемат хранителни добавки под формата на витамини и минерали;
- Основните канали за покупка на хранителни добавки за анкетираните лицата се явяват: аптеки и дрогерии (42%), онлайн магазин на търговец (36%) и специализирани търговски обекти за продажба на разнообразни хранителни добавки (22%).

В заключение пазарът на хранителни добавки обхваща голямо множество по вид и асортимент добавки. В условията на пандемия се отчита нарастване на обема на продажбите, което от една страна се дължи и на изказаните мнения от медицински лица. От друга страна хранителните добавки се използват и от лица практикуващи различни видове спорт или желаещи да регулират телесното си тегло. Хранителните добавки служат и за подпомагане и на други функции на организма (памет, концентрация,

[1] Представени са част от резултатите от проведено изследване, съвместно със студенти от специалност „Икономика на търговията“ 8-ми семестър, като част от дисциплината „Пазарни проучвания“. Изследването има за цел да установи отношението на потребителите към покупката на хранителни добавки.

ниво на холестерол и др.). Следователно пазарът на хранителни добавки има потенциал за бъдещо развитие.

Литература

1. Желязкова, Д., М. Стоянов. Търговията и транспорта по време на пандемията COVID-19. Инфраструктура§Комуникации. Година 9, ноември 2020, кн. 15, стр. 47.

2. Закон за храните Обн. ДВ. бр.52 от 9 Юни 2020 г., изм. и доп. ДВ. бр.13 от 16 Февруари 2021 г.

3. Дулева, В. Безопасност на храните в условията на COVID-19. [online] Available at: https://ncpha.government.bg/post/2021-05-18-bezopasnost-na-hranite-v-usloviata-na-covid-19--467.html [Accessed 10 August 2021].

4. Кантарджиев, Т. Пийте витамин D, внимавайте с дозата. [online] Available at: https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2020/10/22/4130303_kantardjiev_piite_vitamin_d_vnimavaite_s_dozata/ [Accessed 10 August 2021].

5. Свинаров, Д. Пробив на българските лекари: Хранителна добавка срещу COVID-19. [online] Available at: https://btvnovinite.bg/predavania/tazi-sutrin/probiv-na-balgarskite-lekari-hranitelna-dobavka-sreshtu-covid-19.html [Accessed 11 August 2021].

6. Дефицит на витамини и минерали при 90% от инфектираните с COVID -19. [online] Available at: https://www.bgonair.bg/a/2-bulgaria/207619-90-ot-infektiranite-s-kovid-19-imali-defitsit-na-vitamini-i-minerali [Accessed 10 August 2021].

7. Министерство на земеделието, горите и храните. Частична предварителна оценка на въздействието. Проект на Постановление на Министерския съвет за приемане на Наредба за хранителните добавки. [online] Available at: https://www.mzh.government.bg/bg/normativni-aktove/proekti-na-normativni-aktove/proekt-na-postanovlenie-na-ministerskiya-s1003/ [Accessed 12 August 2021].

8. 532 млн. лв. са продажбите на хранителни добавки за 2020 г. IQVIA България. [online] Available at: http://progressive.bg/bg/pharma-списание/анализ/532-млн-лв-са-продажбите-на-хранителни-доб/4651/ [Accessed 11 August 2021].