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

РЕГИОНАЛНИ АСПЕКТИ И ПРОБЛЕМИ НА ТЪРГОВИЯТА СЪС СЕЛСКОСТОПАНСКА ПРОДУКЦИЯ

Д-р Валери Велковски
Министерство на земеделието, храните и горите

Резюме: *Създаването на регионални пазари за търговия със земеделска продукция е необходимост, имаща пряко отношение както към стимулиране на земеделското производство, така и към регионалното развитие. Понастоящем у нас не функционират устойчиви търговски структури за земеделска продукция. Налице са временни, донякъде регламентирани и спонтанни прояви на търговска дейност от страна на земеделските производители, което ги демотивира. Във връзка с всичко казано до тук създаването на регионални земеделски пазари и включването им в единна национална мрежа, би изиграло положителна роля за развитието на аграрния сектор.*

Ключови думи: *регионален пазар, земеделска продукция, аграрен сектор, земеделски производител, регионално развитие.*

JEL: *Q1; Q150*

REGIONAL ASPECTS AND PROBLEMS OF AGRICULTURAL TRADE

PhD Valeri Velkovski
Ministry of Agriculture, Food and Forestry

Abstract*: The creation of regional markets for trade in agricultural products is a necessity that has a direct bearing on both the stimulation of agricultural production and regional development. At present, there are no sustainable trade structures for agricultural production in Bulgaria. There are temporary, somewhat regulated and spontaneous manifestations of commercial activity on the part of agricultural producers, which demotivates them. In connection with all that has been said so far, the creation of regional agricultural markets and their inclusion in a single national network would play a positive role in the development of the agricultural sector.*

Key words: *regional market, agricultural production, agricultural sector, agricultural producer, regional development.*

JEL: *Q1; Q150*

1. Въведение

Агростатистиката, поддържана от Министерството на земеделието, храните и горите (http://www.mzh.government.bg stat) за 2020 г. показва данни за намаление на произведените плодове с 13.6% по-малко, в сравнение с 2019 г. Реализирани са 97.2% от произведените 202579 тона плодове. За търговската мрежа са насочени 39.5%, за преработвателната промишленост - 34.9% от плодовете, а 1.8% са за собствена консумация. Около 23.8% от

продукцията е предназначена за директни продажби на дребно, раздадена е като рента и други плащания в натура и е изнесена от страната. През стопанската 2020 г., основните площи, използвани за производство на зеленчуци в земеделските стопанства, са 36.5 хиляди хектара, което е с 9% по-малко от предходната година (http://www.mzh.government.bg stat). Наблюдава се устойчива тенденция на спад не само в производството на плодове и зеленчуци, но и на други земеделски производи от растителен и животински произход.

Независимо от прилаганата Обща селскостопанска политика на ЕС (ОСП), независимо от влаганите в аграрния сектор европейски средства, произведената земеделска продукция намалява, което свива значително и параметрите на нейното предлагане. Тази тенденция дава негативно отражение върху аграрния сектор като цяло, върху пазарите на земеделска продукция и върху индивидуалното потребление. Резонен е въпросът как може да се излезе от ситуацията, за да може чрез разширяване обема на производство, да се активира предлагане в сериозни количествени и качествени параметри, даващи на свой ред възможност за създаване и активиране на динамични, съвременни пазари, структури от регионален мащаб. В материала, на база на преглед на действащата нормативна уредба от тази област и направено от автора собствено емпирично изследване, са направени изводи и предложения относно необходимостта от създаване и функциониране на регионални пазари на земеделска продукция, в качеството им на структури на МЗХГ при наличие на съответни правни регламенти.

2. Някои правни и практически аспекти на търговията със земеделска продукция

Търговията със земеделска продукция е регламентирана, от гледна точка на нейното осъществяване, стандартите, по които трябва да се осъществява и субектите, организиращи и контролиращи тези процеси, в няколко нормативни актове (законови и подзаконови). На първо място сред тези актове може да бъде посочен Закона за стоковите борси и тържищата (www.lex.bg). В нормата на чл.2, ал.1 от този закон, стоковата борса се класифицира като организиран пазар на определено място, на което са създадени условия за сключването на борсови сделки със стоки между търговци, чрез посредничеството на брокери в определени часове и по предварително и публично оповестен ред. Важни характеристики на стоковата борса, регламентирани в ал.1, ал.2 и ал.3 на чл.2 са: - борсата осигурява на членовете си и на техните клиенти редовни условия за участие в търговията; - стоковата борса се създава и организира само като акционерно дружество; - за извършване на дейност като стокова борса се изисква да е получен лиценз. Стоковото тържище е регламентирано в текста на чл.3, като място за търговия на едро с налични храни и цветя, като извършване на дейност, за стоковото тържище се изисква регистрация, а не лиценз. Пазарът на

производителите, според текста на чл.3а, е място и инфраструктура за търговия на едро с налични храни и цветя, където стоката от земеделските производители може да се манипулира, окачествява, етикира и партидира за по-нататъшната продажба на вътрешния пазар или за износ. За функциониране на пазар на производителите също се изисква регистрация. В българската практика са широко разспространени така наречените общински пазари. Те са свързани с местното самоуправление и възможностите, които Закона за местно самоуправление и местна администрация (www.lex.bg), дава на Общинските съвети. Според текста на чл.21, ал.8, Общинският съвет приема решение за придобиване, управление и разпореждане с общинско имущество, а според нормата на чл.21, ал.9, приема решения за създаване, преобразуване и прекратяване на търговски дружества с общинско имущество. В друг закон - Закона за общинската собственост (www.lex.bg), в нормата на чл.51, е предоставена възможност на Общината да осъществява стопанска дейност, да създава общински предприятия и да участва в съвместни форми на стопанска дейност. В този смисъл общинските пазари са проява на посочените правни възможности, а също така и търговски структури, на които земеделски производители индивидуално или под друга форма предлагат своя продукция. Свързани с предоставени от общините площи и с изпълнение на регламентирани от Общинските съвети условия, са така наречените фермерски пазари. Както посочват някои автори „този вид търговия обаче се различава от директната продажба на производителите, тъй като е налице посредник в търговията – организаторът на пазара“ (Граматикова, Ел, 2015, стр.80). Специфичните изисквания за директни доставки на малки количества суровини и храни от животински произход са регламентирани в подзаконов акт – Наредба № 26 от 14 октомври 2010 г., издадена от Министъра на земеделието и храните. В наредбата се регламентират редица важни акценти от търговията със селскостопанска продукция, предмет на директна доставка, извършена от производителя до крайния потребител или до местни обекти за търговия на дребно, които извършват директни доставки на краен потребител, на малки количества. В наредбата, освен условията и реда за директна доставка, е регламентирано и вписване на лицата, които извършват директни доставки и регистрацията на обекти за търговия на дребно.

3. Обобщени резултати от емпирично изследване на тема: „Регионални аспекти и проблеми на търговията със селскостопанска продукция“

За целите на разработката, както вече бе посочено, авторът проведе емпирично изследване. Изследването обхваща 127 земеделски производители от Югозападния район за планиране. Данните за изследването са обезпечени чрез анкетиране, като: То е извършено на принципа „лице в лице“; Респондентите са подбрани на случаен принцип.

Обобщените резултати от отговорите са както следва:

Въпрос №1: Вид земеделска продукция:

а/ зърнени култури – 32 човека – 25,20%; б/ зеленчукови култури – 64 човека – 50,39%; в/ плодове – 39 човека – 30,71%; г/ смесена – 79 човека – 62,20%.



Фигура 1. Вид земеделска продукция

Източник: Собствени изчисления на автора

Въпрос №2: Реализиране:

а/ да – 79 човека – 62,20%; б/ не винаги – 48 човека – 37,80%.



Фигура 2. Реализиране

Източник: Собствени изчисления на автора

Въпрос №3: Причини за реализиране:

а/ качество – 58 човека – 73,42%; б/ цена – 62 човека – 78,48%; в/ и двете – 67 човека – 84,81%.



Фигура 3. Причини за реализиране

Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №4: Причини, пречещи на реализацията:

а/ слабо търсене – 29 човека – 60,41%; б/ нелоялна конкуренция – 32 човека – 66,67%; в/ свръх предлагане – 18 човека – 37,50%.



Фигура 4. Причини, пречещи на реализацията

Източник: Собствени изчисления на автора

Въпрос №5: При бързоразваляща се продукция:

а/ обработка – 48 човека – 37,80%; б/ даряване – 37 човека – 29,13%; в/ изхвърляне – 42 човека – 33,07%.



Фигура 5. При бързоразваляща се продукция

Източник: Собствени изчисления на автора

Въпрос №6: Собствена хладилна база:

а/ да – 66 човека – 51,96%; б не – 32 човека – 25,20%; в/ наета – 29 човека – 22,84%.



Фигура 6. Собствена хладилна база

Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №7: Форми за реализация:

а/ собствена магазинна мрежа – 48 човека – 37,80%; б/ дистрибуторска мрежа – 37 човека – 29,13%; в/ продажби от склад – 42 човека – 33,07%.



Фигура 7. Форми на реализация

Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №8: Предлагане на фермерски пазари:

а/ да – 76 човека – 59,84%; б/ не – 31 човека – 24,41%; в/ рядко – 20 човека – 15,75%.



Фигура 8. Предлагане на фермерски пазари

Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №9: Утежняване на разходите:

а/ да – 92 човека – 72,44%; б/ донякъде – 35 човека – 27,56%.



Фигура 9. Утежняване на разходите

Източник:Собствени изчисления на автора

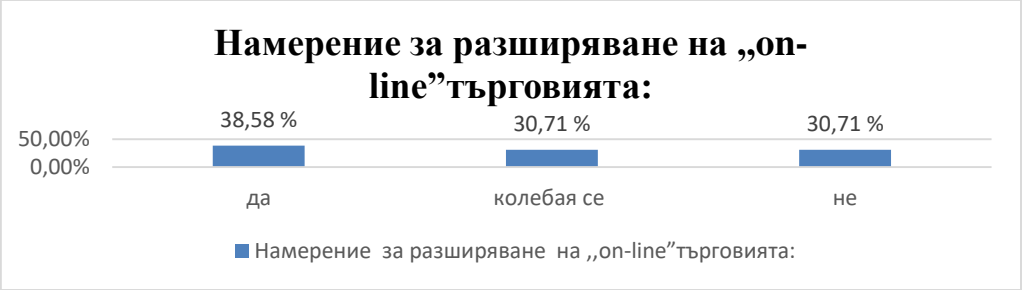
Въпрос №10: Ползване на „on-line" търговия:

а/ да – 49 човека – 38,58%; б/ донякъде – 36 човека – 28,35%; в/ не – 42 човека – 33,07%.



Фигура 10. Ползване на „on-line“ търговия
Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №11: Намерение за разширяване на „on-line” търговията:
а/ да – 49 човека – 38,58% ; б/ колебая се – 39 човека – 30,71%; в/ не – 39 човека – 30,71%.



Фигура 11. Намерение за разширяване на „on-line“ търговията
Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №12: Причини за преодоляване:
а/ законодателни – 102 човека – 80,31%; б/ логистични – 68 човека – 53,54%; в/ транспортни – 96 човека – 75,59%; г/ липса на регионален пазар – 109 човека – 85,83%.



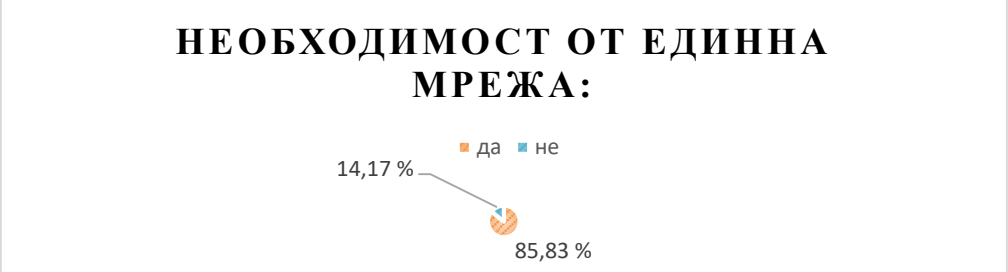
Фигура 12. Причини за преодоляване
Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №13: Подпомагане на дейността чрез регионални пазари:
а/ да – 109 човека – 85,83%; б/ донякъде – 18 човека – 14,17%.



Фигура 13. Подпомагане на дейността чрез регионални пазари
Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №14: Необходимост от единна мрежа:
а/ да – 109 човека – 85,83%; б/ не – 18 човека – 14,17%.



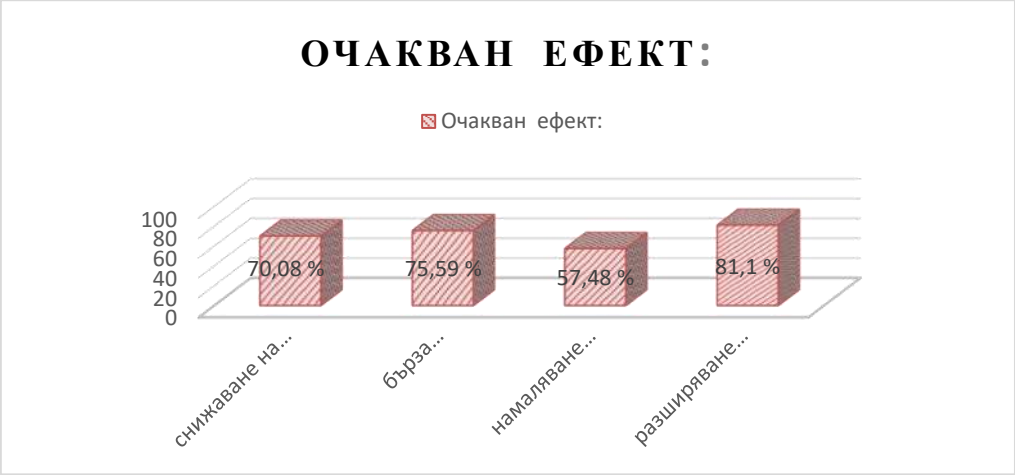
Фигура 14. Необходимост от единна мрежа
Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №15: Регионалните пазари - да бъдат ли общински структури:
а/ да – 12 човека – 9,45%; б/ не – 115 човека – 90,55%.



Фигура 15. Регионалните пазари - да бъдат ли общински структури
Източник:Собствени изчисления на автора

Въпрос №16: Очакван ефект:
а/ снижаване на себестойността и цената – 89 човека – 70,08%; б/ бърза реализация – 96 човека – 75,59%; в/ намаляване на загубите – 73 човека – 57,48%; г/ разширяване на обема на търговията – 103 човека – 81,10%.



Фигура 16. Очакван ефект
Източник:Собствени изчисления на автора

4. Заключение

Прегледът на някои акценти от нормативната уредба и резултатите от емпиричното изследване показват, че: търговията със земеделски продукти е разспространена практика, в нея навлизат вече и елементи на дигиталната търговия, но има редица проблеми за преодоляване от законодателен, логистичен, субективен и транспортен характер, които проблеми оказват комплексно негативно влияние върху аграрния сектор като цяло. Чрез създаването на регламентирани пазари за земеделска продукция като структури на МЗХГ ще се създадат: условия за мотивиране на земеделските производители, за разширяване на производството, респективно на предлагането; условия за преодоляване на трайния спад в така наречените „уязвими сектори“ в българското земеделие (Котева, Николов, Йовчевска, Чопева, Кировски, Младенова, 2015, стр.35-49); условия за разширяване на потребителското търсене и т.н. Създаването на регионални пазари на земеделска продукция трябва да се обвърже с конкретни маркетингови цели в даден регион (Велковска, Г., 2005, стр.62) и задълбочен анализ на възможностите за локализацията на пазарите (Велковска, Г., 2005, стр.94) в съответните райони.

Използвани източници

1. Велковска, Г., Регионален анализ и управление на процесите на административно-териториалното устройство и регионалното развитие, част I, БГ-Принт, Враца, 2005 г. стр. 62;

2. Велковска, Г., Регионален анализ и управление на процесите на административно-териториалното устройство и регионалното развитие, част II, БГ-Принт, Враца, 2005 г. стр. 94;

3. Граматикова, Ел, Развитието на фермерските пазари като модерен канал за реализация пред българските потребители, Сборник доклади от юбилейна научно-практическа конференция с международно участие „Агробизнесът и селските райони-настояще и бъдещо развитие“,

организирана от ИУ - Варна, Катедра АИ, 2015, ИК „Геа-Принт“ - Варна, стр. 75-82;

4. Котева, Н., Д. Николов, Пл. Йовчевска, М. Чопева, П. Кировски, М. Младенова, Оценка на развитието на уязвимите сектори в българското земеделие, 2015, Сборник доклади от юбилейна научно-практическа конференция с международно участие „Агробизнесът и селските райони - настояще и бъдещо развитие“, организирана от ИУ - Варна, Катедра АИ, 2015, ИК „Геа-Принт“ - Варна, 35-49;

5. Закон за местното самоуправление и местната администрация, в сила от 17.09.1991 г. отразена деноминацията от 05.07.1999 г., обн. ДВ. бр. 77 от 17 септември 1991 г., изм. ДВ. бр. 9 от 2 февруари 2021 г.;

6. Закон за общинска собственост, в сила от 01.06.1996 г., отразена деноминацията от 05.07.1999 г., Обн. ДВ. бр. 44 от 21 май 1996 г., изм. ДВ. бр. 107 от 18 декември 2020 г., доп. ДВ. бр. 17 от 26 февруари 2021 г.;

7. Закон за стоковите борси и тържищата, отразена деноминацията от 05.07.1999 г., Обн. ДВ. бр. 93 от 1 ноември 1996 г., изм. ДВ. бр. 52 от 9 юни 2020 г.;

8. Наредба № 26 от 14 октомври 2010 г. за специфичните изисквания за директни доставки на малки количества суровини и храни от животински произход, в сила от 26.10.2010 г., издадена от Министъра на земеделието и храните, Обн. ДВ. бр. 84 от 26 октомври 2010 г., изм. и доп. ДВ. бр. 87 от 10 ноември 2015 г.;

9. http://www. Lex.bg;

10. http://www.mzh.government.bg stat.