

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ИНТЕРНЕТ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

Фатме Мустафова Данаджиева
E-поща: fatme_danadzhieva@abv.bg
Бакалавър 4-ти курс, специалност „Икономика“
Русенски университет „Ангел Кънчев“

Резюме: Настоящата разработка цели да анализира влиянието на интернет технологиите върху динамиката на развитието на международния бизнес. Уеб технологиите осигуряват нови възможности за свързване между контрагентите и развитие на деловите отношения. Приложенията на Интернет в сферата на международния бизнес включват електронна търговия, дистанционна комуникация, маркетинг чрез социални медии и много други. Тези иновации отварят нови възможности за развитие и растеж на международния бизнес, като същевременно предизвикват нови предизвикателства за сигурността и управлението на данните.

В настоящата разработка е разгледана взаимовръзката между интернет технологии и международен бизнес, като са изведени предимствата и ограничения за бизнеса. Анализирано е текущото състояние на проникването на интернет технологиите и мобилните комуникации на ниво Свят, Европа и България, като е направена съпоставка между тях. Направеният анализ е въз основа на докладите, публикувани от DataReportal.

Ключови думи: интернет технологии, електронна търговия, възможности и ограничения, международна търговия, дистанционна работа

JEL: F20, O33

DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.grdier.2024.21>

Тази статия се цитира по APA стил, както следва: Данаджиева, Ф. (2024). Приложение на Интернет в сферата на международния бизнес. *Глобални и регионални измерения на международните икономически отношения*, (1), 220-232. <https://doi.org/10.58861/tae.grdier.2024.21>

APPLICATION OF THE INTERNET IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL BUSINESS

Fatme Mustafova Danajieva
E-mail: fatme_danadzhieva@abv.bg
4th year Bachelor student in Economics
Angel Kanchev University of Ruse

Abstract: The current development aims to analyze the influence of Internet technologies on the dynamics of international business development. Web technologies provide new opportunities for connection between counterparties and development of business relations. Applications of the Internet in the field of international business include e-commerce, distance communication, social media marketing, and many others. These innovations open new opportunities for the development and growth of international business, while at the same time causing new challenges for security and data management.

In the present work, the interrelationship between Internet technologies and international business is examined, and the advantages and limitations for business are pointed out. The current state of penetration of Internet technologies and mobile communications at the level of the World, Europe and Bulgaria has been analyzed, and a

comparison has been made between them. The analysis done is based on the reports published by DataReportal.

Key words: Internet technologies, e-commerce, opportunities and limitations, international trade, remote work

JEL: F20, 033

DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.grdier.2024.21>

This article shall be cited in APA style as: Danajieva, F. (2024). Application of the Internet in the sphere of international business. *Global and regional dimensions of international economic relations*, (1), 220-232. <https://doi.org/10.58861/tae.grdier.2024.21>

Въведение

В днешно време интернет технологиите трансформираха начина, по който бизнесът се извършва на глобално ниво. Те играят ключова роля в промяната на бизнес практиките по целия свят. В този контекст, международният бизнес не е изключение, като се наблюдава растеж и развитие, подпомогнати от иновациите в областта на интернет технологиите.

Целта на настоящата разработка е да се проучат значението и възможностите на интернет технологиите и да се открият като фактор в развитието на международния бизнес. Чрез открояването на взаимовръзката между интернет технологии и международен бизнес, се цели да бъдат изведени предимствата и ограничения за бизнеса. Чрез контент анализ на литературни източници се търсят предизвикателствата и потенциала за бъдещо развитие на бизнеса и трансформирането му в електронен. Чрез неговият анализ, ще можем да изведем основните промени в модела на международния бизнес и как чрез тях компаниите могат да извлекат най-доброто от тези възможности, за да подпомагат растежа и конкурентоспособността си. Като обект на изследването може да се посочат интернет технологиите, а предмета на авторите търсения са тяхното приложение в международния бизнес.

1. Взаимовръзката между интернет технологии и международен бизнес

В последните десетилетия се наблюдава висока степен на взаимодействие между международния бизнес и интернет технологиите. Интернет се наложи като най-ефикасното и все по-популярно средство за

търговска дейност, а търговските сделки бележат значителен ръст в използването на интернет изобщо.

Много чуждестранни (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021) и български (Ilieva, 2022; Димова, 2022; Илиев & Илиева, 2017; Решеткова & Нейкова, 2022) изследователи разглеждат бързата повсеместна дигитална трансформация на икономиката и обществото, породена от все по ускореното развитие на технологиите. Дигитализацията и технологичното развитие „подпомагат успешното развитие на много сектори в икономиката (търговия на дребно, туризъм, транспорт, здравеопазване, строителство, банков сектор, образование и обучение и др.)“ (Ilieva, 2022). Това неимуемо оказва влияние върху поведението на потребителите и маркетинговите решения относно техния избор, което налага традиционните маркетингови решения да отстъпят място на креативните идеи и иновативния маркетингов инструментариум (Илиев & Илиева, 2017; Илиева & Илиев, 2023). Навлизането на дигиталните технологии и иновации, като част от глобалната промяна, способства за създаването на нови продукти, промяна на продуктовото портфолио, „включително и на такива, свързани с опазване на здравето, околната среда, оптимизиране на производствените процеси, създаване на безопасна работна среда, внедряване на нови бизнес модели“ (Doneva & Ilieva, 2021).

Като се има предвид, че Интернет поначало представлява средство за международна комуникация, международната търговия и Интернет, като процеси и състояния, са неразривно свързани помежду си и се основават едно на друго. При все това, въпроси като сигурността, достъпността, законността, данъчното третиране и достоверността на електронните търговски сделки изискват преговори и споразумения на международно равнище, поради липсата на условни географски граници във виртуалното пространство.

Дигиталната ера предлага големи възможности за бизнеса, но и създава проблеми за тези, които изостават от тренда на развитие. Дигитализацията е възможност да се надскочат физическите възможности и да се постигне повече за по-кратко време. Тази тенденция се запазва и дори ускорява (FROG NEWS, 2024).

Интернетът предоставя множество възможности за международния бизнес (виж Табл. 1.).

Таблица 1. Възможности на Интернет за осъществяване на международен бизнес

1. Глобален достъп и комуникации	Интернетът позволява на фирмите да комуникират с клиенти, партньори и доставчици от цял свят. Това улеснява международните търговски взаимодействия и сътрудничество.
2. Електронна търговия (e-commerce)	Интернетът е платформа за онлайн продажби и покупки. Фирмите могат да достигнат до глобалния пазар, предлагайки своите продукти и услуги онлайн.
3. Маркетинг и реклама	Интернетът предоставя възможности за целево насочена реклама и маркетинг. Фирмите могат да достигнат до специфични аудитории чрез социални медии, рекламни кампании и други онлайн канали.
4. Изследвания и иновации	Интернетът предоставя достъп до информация и ресурси за изследвания и иновации. Фирмите могат да следят тенденциите на пазара и да разработват нови продукти и услуги.
5. Управление на веригата на доставките	Интернетът улеснява комуникацията с доставчици, логистика и следенето на пратките. Това е от съществено значение за международния бизнес.
6. Повече конкуренция и възможности за продажби	Интернетът предоставя по-голямо присъствие на потребители онлайн, което дава възможност за повече продажби и разширяване на бизнеса

Източник: адаптирано от „Възможностите за бизнеса в дигиталното пространство“ (FROG NEWS, 2024)

Тези възможности са само част от това, което Интернет може да предложи на международния бизнес. Важно е фирмите да използват тези ресурси съобразно своите стратегии и цели.

Различните компании в различни индустрии използват интернет технологиите и услугите, за да подобрят своите бизнес операции (виж Табл. 2.).

Таблица 2. Примери за използване на Интернет за осъществяване на международен бизнес

1. Технологични гиганти	Google, Microsoft, Amazon и предоставят услуги (например Google Cloud, Microsoft Azure, Amazon Web Services), които се използват от много големи и малки компании по целия свят.
2. Електронни магазини и онлайн платформи	Amazon, Alibaba, eBay и Etsy използват облачни технологии за съхранение на данни, обработка на транзакции и управление на инфраструктурата си.
3. Финансови институции	Банки, инвестиционни фирми и застрахователни компании използват услуги за съхранение и обработка на големи обеми от данни, както и за сигурност и съответствие с регулаторните изисквания.
4. Производствени и дистрибуторски компании	Използват решения за управление на веригата на доставките, складиране на данни за инвентар и анализ на производствените процеси.
5. Софтуерни компании	Използват платформи за разработка и доставка на своите приложения и услуги на клиентите си.

Източник: разработена от автора

Тези са само някои от примерите за компании, които активно използват интернет технологиите и облачните услуги за подобряване на своите бизнес операции и иновации.

Според Европейската комисия, „силата на интернет се крие в неговата открита, разпределена природа“ (Европейска комисия). Европейските лидери защитават становището, че „устойчивият, сигурен и стабилен интернет и защитата на основните права онлайн са от съществено значение за изграждането на доверие на потребителите“ (Европейска комисия). Визията на Европейската комисия е обобщена в концепцията СОМПАТ: интернет като пространство на граждански отговорности. Целта е да се създаде отворена и децентрализирана онлайн среда, която да защитава демокрацията и правата

на човека. Европейският съюз се стреми да използва потенциала на интернет, за да стимулира иновациите и да укрепи цифровата си икономика. Очакванията са, че интернет ще играе ключова роля в трансформацията на Европа в дигитално задвижвана икономика.

Таблица 3. Цели на концепцията COMPACT

<u>Цели:</u>
1. Защита на основните права и демократичните ценности, като се използва модел, който дава възможност за участие на всички заинтересовани страни.
2. Да се гарантира, че Европа играе водеща роля в тази област, като се достигне до развиващите се страни и се поддържа приобщаващ диалог с всички участници.
3. Да се гарантира, че международните правила са в съответствие със законодателството и политиката на ЕС.
4. Да се ангажира с изграждането на капацитет в държави и региони, които се нуждаят от помощ, за да разберат и да се справят с политиките, свързани с интернет.
5. Да се гарантира, че всеки вижда ползите от подход „отдолу нагоре“ и приобщаващ подход към управлението на интернет.

Източник: (Европейска комисия)

Европейският съюз активно участва в международни дискусии, касаещи бъдещето на глобалния интернет и телекомуникациите. Целта е да се гарантира, че европейските позиции и интереси са представени и взети предвид при разработването на политики и стандарти, които ще оформят бъдещето на дигиталния свят.

2. Предимства и ограничения за бизнеса при използването на Интернет

Използването на интернет технологиите предоставя от бизнеса премахва или намалява редица бариери, стоящи пред фирмите, излизаци на международния пазар. Това създава стимули в тях да интегрират в своята дейност използването на Интернет приложения. В същото време, заедно с изброените предимства могат да бъдат изведени и някои трудности с които се сблъскват компаниите в стремежа си да участват в глобалното информационно общество. Предимствата и трудностите

могат да се разгледат и групират в рамките на следните аспекти (виж Табл. 4.): психологически; оперативни; организационни; свързани с продукта/пазара.

Таблица 4. Предимства и ограничения за бизнеса при използването на интернет

Психологически	
Предимства	Ограничения
1. Нарастване на международната осведоменост, сигурност и ангажираност чрез достъп до глобални информационни ресурси;	1. Промените се случват с такава скорост, че обществото не успява да възприеме новите реалности
2. Участие в глобалните мрежови общности;	2. Наблюдава се „информационно неравенство“, което се дължи на разликата в стандартите на живот, образование и лична мотивация на населението;
3. Запитване и обратна връзка от потенциални глобални потребители.	3. Лесна манипулация на обществото чрез медиите.
Оперативни	
Предимства	Ограничения
1. Опростяване на експортната документация чрез трансфериране на електронни данни, електронни плащания;	1. Опасност от загуба на информация при трансфериране на данни; възможности за пробив в системата от недоброжелатели
2. Онлайн експортно подпомагане от специализирани организации и др.	2. Вируси;
	3. Зависимост от операционната система, несигурност при финансови транзакции и прочие.
Организационни	
Предимства	Ограничения
1. Достъп до по-евтини източници за експортни маркетингови проучвания;	1. Достъп до много информация (трудности при отсяването на необходимата и достоверната);

2. Подобряване познанието за международните пазари и култури	2. Слаб или липса на контрол;
3. Редуциране на зависимостта от традиционните посредници и дистрибутори чрез маркетинг „едно към едно“;	
4. Установяване на виртуална мрежа от партньори;	
Продукт / Пазар	
Предимства	Ограничения
1. Решението за избор на пазар/страна е по-лесно да се вземе чрез извършване на онлайн експортно маркетингово проучване;	1. Висока конкуренция, увеличава се възможността за имитиране на продукт, услуга, недостатъчен контрол на качеството;
2. Ориентиране към потребител/пазар, посредством обратна връзка и коментари на клиенти, посредници и др.;	
3. Спестяване на разходи посредством използване на онлайн маркетингово проучване;	
4. Спестените разходи за комуникация подобряват резултатите от международната дейност, по-скоро адаптиране към глобалната ниша, отколкото използване на стратегии, фокусирани към страната	

Източник: адаптирано от „Ролята на интернет технологиите при осъществяване на международна търговия“ (Вергилова, 2016)

Въпреки че изброените предимства преобладават над трудностите, то последните не би следвало да се подценяват. Един от специфичните проблеми е „информационното неравенство“. За неговото отстраняване могат да спомогнат

редица фактори, но най-важният сред тях е личната мотивация на отделните индивиди.

3. Как се позиционира България спрямо Европа и Света

Анализът в настоящия раздел е направен въз основа на докладите, публикувани от DataReportal (DataReportal, н.д.).

По данни от Digital 2024: Global overview report (Kemp, Digital 2024 Global Overview Report, 2024), население към месец януари на 2024 г. в **Света** възлиза на 8,08 милиарда души. Световното население се е увеличило със 74 милиона души от месец януари на миналата година, което се равнява на годишен ръст от 0,9%.

Броят на отделните потребители на мобилни телефони възлиза на 5,61 милиарда в началото на 2024 г., което представлява 69,4% от общото население на света, като общият брой в световен мащаб се е увеличил със 138 милиона (+2,5%) от началото на 2023 г.

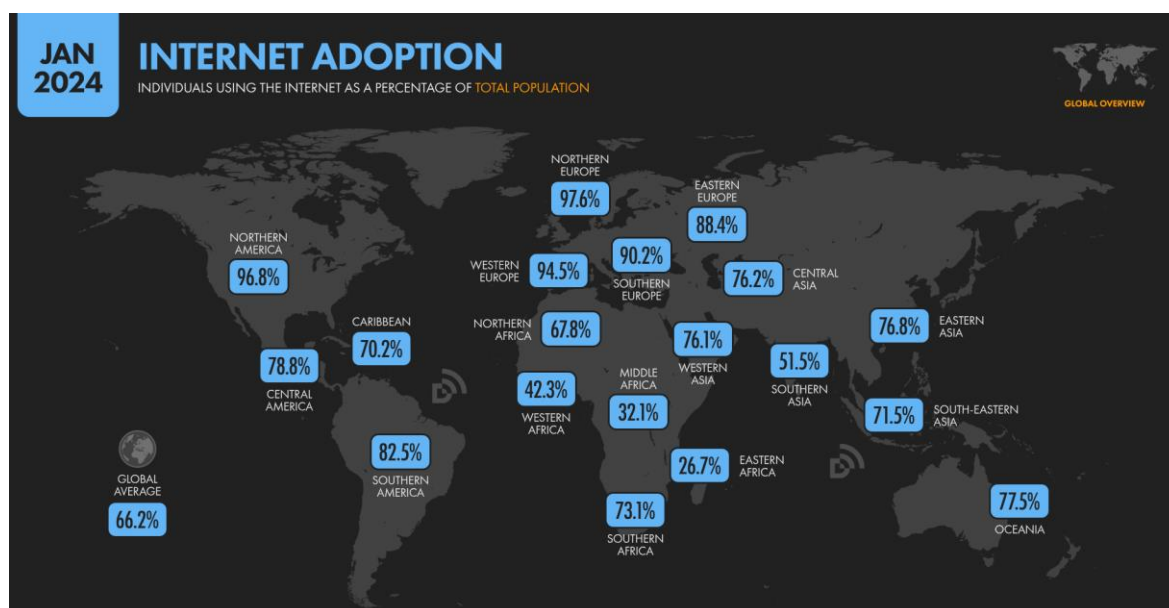
Повече от 66% от всички хора на Земята сега използват интернет, като според последните данни общият брой потребители в световен мащаб е 5,35 милиарда. Интернет потребителите са нараснали с 1,8% през последните 12 месеца, благодарение на 97 милиона нови потребители от началото на 2023 г. Най-голямо проникване на Интернет се наблюдава в Северна Америка и Европа, където процентите са над 90 (виж Фиг. 1.)

Анализът показва, че самоличността на активните потребители в социалните медии е преминала границата от 5 милиарда, като последната потребителска цифра е еквивалентна на 62,3% от световното население. Общият глобален брой се е увеличил с 266 милиона през последната година, което води до годишен ръст от 5,6%.

По данни на Digital 2024: Country Headlines Report (Kemp, Digital 2024: Country Headlines Report, 2024) населението на **Европа** към месец януари на 2024 г. възлиза на 846,2 милиона души. Европейското население е наляло със 192 хиляди души от месец януари на миналата година, което се равнява на годишен спад от 0,02%.

Броят на мобилните телефони възлиза на 1,12 милиарда в началото на 2024 г., което представлява 132,1% от общото население на Европа, като общият брой се е увеличил със 5,3 милиона (+0,5%) от началото на 2023 г.

Фигура 1. Използване на Интернет (процент от общото население)



Източник: (Kemp, Digital 2024 Global Overview Report, 2024)

91% от всички хора в Европа сега използват интернет, като според последните данни общият брой потребители в европейския континент е 770,1 милиона. Интернет потребителите са намалели с 20 хиляди, което е 0,003% за последните 12 месеца.

По данни на Digital 2024: Bulgaria (Kemp, Digital 2024: Bulgaria, 2024), населението на **България** е 6,65 милиона през януари 2024 г. Данните показват, че населението на България е намаляло с 85 хиляди (-1,3%) между началото на 2023 г. и началото на 2024 г. 51,5% от населението са жени, а 48,5% са мъже. В началото на 2024 г. 76,9% от населението на България живее в градовете, а 23,1% в селските райони.

Общо 9,22 милиона клетъчни мобилни телефони са били активни в България в началото на 2024 г., като тази цифра се равнява на 138,7% от общото население.

В началото на 2024 г. интернет потребителите в България са били 5,58 милиона, което означава, че интернет проникването е 84%. Анализът показва, че интернет потребителите в България са намалели със 71 хиляди (-1,3%) между януари 2023 г. и януари 2024 г. Потребителски данни разкриват, че 1,07 милиона души в България не са използвали интернет в началото на 2024 г., което означава, че 16% от населението е останало офлайн в началото на годината.

Средна скорост на мобилна интернет връзка през клетъчни мрежи е 94,58 Mbps, а средна скорост на фиксирана интернет връзка е 77,64 Mbps. Данните разкриват, че средната скорост на мобилната интернет връзка в България е намаляла с 8,71 Mbps (-8,4%) през 12 месеца до началото на 2024 г., а скоростите на фиксираната интернет връзка в България са се увеличили с 9,84 Mbps (+14,5%) през същия период.

По отношение на ползващите интернет потребители данните показват, че 43,5% купуват продукт или услуга онлайн поне веднъж седмично, 12,7% пазаруват от онлайн магазини хранителни стоки, 10,4% купуват стоки втора употреба, 16,1% използват интернет за сравняване на цените и само 3,3% услуги за покупка с отлагане на плащането (виж Фиг. 2.).

Фигура 2. Седмични онлайн дейности свързани с пазаруване (процент от интернет потребителите между 16 и 64 години)



Източник: (Kemp, Digital 2024: Bulgaria, 2024)

Направената съпоставка ни дава основание да направим извода, че България не изостава от световното и европейското развитие в областта на интернет технологии и електронния бизнес. Напротив, в определени аспекти страната е на тяхното ниво и дори се представя по добре, например в използването на клетъчни мобилни телефони и средна скорост на интернет връзката.

Заклучение

Интернет технологиите и услугите са изключително важни за развитието на международния бизнес, като предоставят нови възможности за комуникация, сътрудничество и иновации.

В този доклад се разгледаха различни аспекти на тяхното приложение и влияние върху бизнеса, от електронната търговия до съхранението на данни и обработката на информацията. Виждаме, че компаниите, които успяват да се адаптират и да използват ефективно интернет технологиите и облачните услуги, са в по-добра позиция за постигане на успех в глобалната икономика.

Въпреки предимствата, е важно да се има предвид и рисковете и предизвикателствата, свързани с тяхната употреба, като сигурността на данните и поверителността на информацията. За да се осигури устойчив растеж и конкурентоспособност, компаниите трябва да инвестират в сигурност и да бъдат гъвкави в използването на технологии, които могат да ги подпомогнат в бързо променящия се бизнес пазар.

Източници:

DataReportal. (н.д.). Извлечено от DataReportal: <https://datareportal.com/>

Doneva, D., & Ilieva, D. (2021). Diffusion Of Green Innovation. *Proceedings Of University Of Ruse. Vol. 60, Book 5.1*, стр. 176 -182. Ruse: University Of Ruse "Angel Kanchev".

Извлечено от <https://conf.uni-ruse.bg/bg/?cmd=dPage&pid=proc21-5.1>

FROG NEWS. (21 февруари 2024 г.). *Възможностите за бизнеса в дигиталното пространство*. Извлечено от <https://frognews.bg/biznes-turizam/vazmojnostite-biznesa-digitalnoto-prostranstvo.html>

Ilieva, D. (2022). The marketing channels in the digital world. *Proceedings of University of Ruse, volume 61, book 5.1*, стр. 50-55.

Kemp, S. (31 януари 2024 г.). *Digital 2024 Global Overview Report*. Извлечено от DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Kemp, S. (23 февруари 2024 г.). *Digital 2024: Bulgaria*. Извлечено от DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-bulgaria>

- Kemp, S. (31 януари 2024 г.). *Digital 2024: Country Headlines Report*. Извлечено от DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-local-country-headlines>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: technology for humanity*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Вергилова, С. (2016). Ролята на интернет технологиите при осъществяване на международна търговия. *Студентска научно-практическа конференция "Предизвикателства пред международния бизнес"* (стр. 30-36). Свищов: Фабер.
- Димова, Н. (2022). Особенности на взаимовръзката между съвременните дигитални технологии в търговията на дребно и очакванията на младите потребители от поколение Z. *Международна научна конференция „Стратегическото планиране и маркетинг в дигиталния свят“* (стр. 189-196). София: Изд. комплекс – УНСС.
- Европейска комисия. (н.д.). *Глобален интернет и телекомуникации*. Извлечено от Официален уебсайт на Европейския съюз: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/bg/policies/global-internet>
- Илиев, Д., & Илиева, Д. (2017). Преосмисляне на локални маркетингови решения в международния туризъм. *Международна научна конференция, посветена на 20 години от създаването на катедра Маркетинг при Икономически университет - Варна* (стр. 635-644). Варна: Издателство „Наука и икономика“.
- Илиева, Д., & Илиев, Д. (2023). Маркетинговият подход към поколение Z. *Глобална икономика и бизнес* (стр. 185-191). Свищов: АИ - Ценов.
- Решеткова, А., & Нейкова, К. (2022). Влияние на дигиталните маркетингови канали върху клиентската лоялност в банковия сектор. *Алманах научни изследвания*, 28, 273-305. Извлечено от <https://almanahni.unisvishtov.bg/issue.asp?issue=357>



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „ДИМИТЪР А. ЦЕНОВ” - СВИЩОВ
DIMITAR A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS - SVISHTOV

ГЛОБАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ

БРОЙ 1
Свищов, 2024 г.

GLOBAL AND REGIONAL DIMENSIONS OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

ISSUE 1
Svishtov, 2024

ISSN: 2738-8573 (online)



miojournal.uni-svishtov.bg

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ:

Проф. д-р Галина Захариева – **главен редактор**

(Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов)

Проф. д-р Веселина Димитрова – **зам. главен редактор**

(Икономически университет – Варна)

Доц. д-р Драгомир Илиев – **зам. главен редактор**

(Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов)

Доц. д-р Александър Косулиев

(Русенски университет „А. Кънчев“)

Доц. д-р Валентина Макни

(Икономически университет – Варна)

Доц. д-р Георги Маринов

(Икономически университет – Варна)

Доц. д-р Здравко Любенов

(Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов)

Доц. д-р Карина Саркисян-Дикова

(Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов)

Гл. ас. д-р Александър Шиваров

(Икономически университет – Варна)

Гл. ас. д-р Галин Стефанов

(Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов)

Гл. ас. д-р Даниела Илиева

(Русенски университет „А. Кънчев“)

Гл. ас. д-р Ивайло Петров

(Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов)

Гл. ас. д-р Иван Ангелов

(Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов)

Гл. ас. д-р Мирослав Камджалов

(Икономически университет – Варна)

Гл. ас. д-р Недялка Александрова

(Икономически университет – Варна)

Гл. ас. д-р Петьо Бошнаков

(Икономически университет – Варна)

Адрес на редакцията:

Ул. Емануил Чакъров 2, Свищов 5250, България

Главен редактор:

Проф. д-р Галина Захариева, e-mail: g.zaharieva@uni-svishtov.bg

Технически секретар:

Гл. ас. д-р Ивайло Петров, e-mail: mio.conf@uni-svishtov.bg

За всички представени за публикуване текстове се прилага процедура на двойно анонимно рецензиране.

Публикациите отразяват личните виждания на авторите. Авторите носят пълна отговорност за съдържанието на разработките, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници, както и за езиковото оформление на текстовете.

Условията и сроковете за приемане на текстове са посочени на адрес:

miojournal.uni-svishtov.bg

www.mioconference.eu

Адреси на електронното издание: miojournal.uni-svishtov.bg

dlib.uni-svishtov.bg

Алтернативен адрес:

www.mioconference.eu

ISSN 2738-8573

© Академично издателство „Ценов“ – Свищов

Списание „Глобални и регионални измерения на международните икономически отношения“ (съкратено **ГРИМИО**) е правопреемник на изданията с научните резултати от ежегодната *студентска научно-практическа конференция*, организирана от *катедра „Международни икономически отношения“* при Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов. До 2020 година изданията са сборници със самостоятелни ISBN номера, а от 2021 до 2023 година са периодичен сборник с постоянен ISSN номер – достъпни във Виртуалната библиотека на Стопанската академия на адрес dlib.uni-svishtov.bg.

Първата конференция е проведена през 1996 година по идея на проф. д-р ик. н. Иван Стойков и на гл. ас. д-р Симеон Момчев, преподаватели към катедрата. Участници са студентите от трети курс на специалност МИО към Стопанската академия, а тематичният фокус е върху международните инвестиции.

От 2014 година към събитието се присъединяват преподаватели и студенти от *катедра „Международни икономически отношения“* при Икономически университет – Варна, а през 2015 година и от *катедра „Икономика и международни отношения“* при Русенски университет „Ангел Кънчев“.

През годините конференцията се утвърди като форум за научна изява на студентите и докторантите извън учебната аудитория и създаде възможност за разчупване на формалните отношения лектор-обучаем, обмяна на опит в провеждането на мероприятия, свободно споделяне на творчески идеи. Постепенно тематиката се разшири и обхваща широк спектър от области, влизащи в сферата на международните икономически отношения и международния бизнес.

Пленарната сесия на *Двадесет и осмата конференция* се проведе на 18 май 2024 г. присъствено в Базата за обучение на Стопанска академия в с. Орешак и в дистанционен формат чрез платформата BigBlueButton.

Journal “Global and Regional Dimensions of International Economic Relations” (abbreviated **GRDIER**) is the legal successor of the publications with the scientific results of the annual *student scientific-practical conference*, organized by *the Department of International Economic Relations* at Dimitar A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov. Until 2020, the editions are conference proceedings with independent ISBN numbers, and from 2021 to 2023 they are periodical collections with a permanent ISSN number - available in the Academy’s Virtual Library at dlib.uni-svishtov.bg.

The first conference was held in 1996 on the idea of Prof. Ivan Stoykov and Head Assistant Simeon Momchev, lecturers at the department. The first participants were the 3rd year IER students at the Tsenov Academy of Economics, and the thematic focus was on international investments.

Since 2014, the event has been joined by professors and students from *the Department of International Economic Relations* at the University of Economics – Varna, and in 2015 from *the Department of Economics and International Relations* at the Angel Kanchev University of Ruse.

Over the years, the conference has established itself as a forum for the scientific expression of students and doctoral students outside the classroom and has created an opportunity to break the formal lecturer-student relationship, exchange experience in conducting events, and freely share creative ideas. Gradually, the topics have expanded and cover a wide range of areas, entering the sphere of international economic relations and international business.

The plenary session of *the Twenty-eighth conference* was held on May 18, 2024 at Dimitar Tsenov Academy’s Training and Recreation Center in the village of Oreshak and online through the BigBlueButton platform.

СЪДЪРЖАНИЕ / CONTENT:

ECONOMIC IMPACT OF BRI INFRASTRUCTURE ON CHINA-BULGARIA RELATIONS: CURRENT SITUATION AND PROSPECTS	8
<i>Jingxin Hu</i>	
КАДРОВАТА ПОЛИТИКА В МЕЖДУНАРОДНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ	19
<i>Грета Иванова Цанова</i>	
PERSONNEL POLICY IN INTERNATIONAL ORGANIZATIONS	19
<i>Greta Ivanova Tsanova</i>	
DISRUPTIONS IN THE SUPPLY CHAINS - FACTORS, EFFECTS AND RISK MANAGEMENT	28
<i>Gergana Kamenova Kaloyanova</i>	
БЪЛГАРСКИЯТ ИЗНОС В УСЛОВИЯТА НА ЧЛЕНСТВО В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ.35	
<i>Бирсен Хаяти Басри</i>	
BULGARIAN EXPORTS IN THE TERMS OF MEMBERSHIP IN THE EUROPEAN UNION	35
<i>Birsen Hayati Basri</i>	
ЧЛЕНСТВОТО НА УКРАИНА В ЕС – НАДЕЖДИ, ПРОТИВОРЕЧИЯ, ЗАПЛАХИ	47
<i>Даниела Росенова Козарова</i>	
UKRAINE'S EU MEMBERSHIP – HOPES, CONTRADICTIONS, THREATS.....	47
<i>Daniela Rosenova Kozarova</i>	
МЕТОДИ ЗА МОТИВИРАНЕ НА РАБОТНИЦИТЕ ДА СПАЗВАТ МЕРКИ ЗА БЕЗОПАСНОСТ.....	55
<i>Габриела Димова, Аника Николова</i>	
METHODS OF MOTIVATING EMPLOYEES TO COMPLY WITH SAFETY MEASURES..	55
<i>Gabriela Dimova, Anika Nikolova</i>	
УПРАВЛЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНА КОМПАНИЯ ПО ВРЕМЕ НА КРИЗА	67
<i>Александър Георгиев Данаилов</i>	
MANAGING AN INTERNATIONAL COMPANY DURING A CRISIS	67
<i>Alexander Georgiev Danailov</i>	
СПЕЦИФИКИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА КЛЪСТЕРИТЕ В СРАВНЕНИЕ С ТОВА НА ИНДИВИДУАЛНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ.....	79
<i>Светлин Борисов Рангелов</i>	
SPECIFIC IN THE MANAGEMENT OF CLUSTERS COMPARED WITH THAT OF INDIVIDUAL ORGANIZATIONS	79
<i>Svetlin Borisov Rangelov</i>	

TYPES OF INTERNATIONAL BUSINESS AND INTERCULTURAL COMMUNICATION IN GLOBAL BUSINESS	87
<i>Melisa Byulent Ismail</i>	
РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ.....	93
<i>Жасмина Николаева Иванова, Емилиан Станиславов Енчев</i>	
DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN BULGARIA.....	93
<i>Zhasmina Nikolaeva Ivanova, Emiliyan Stanislavov Enchev</i>	
КОНКУРЕНТНО РАЗУЗНАВАНЕ В СЕКТОРА НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ	104
<i>Бетина Диянова Минкова</i>	
COMPETITIVE INTELLIGENCE IN THE INFORMATION TECHNOLOGY SECTOR.....	104
<i>Betina Diyanova Minkova</i>	
ЧОВЕШКАТА ЦЕНА НА ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ ИНОВАЦИИ ПРЕЗ ПРИЗМАТА НА КОБАЛТОВИЯ ДОБИВ В КОНГО.....	116
<i>Екатерина Миленова Петрова, Златина Ивайлова Димитрова</i>	
THE HUMAN COST OF TECHNOLOGICAL INNOVATIONS THROUGH THE PRISM OF COBALT MINING IN CONGO	116
<i>Ekaterina Milenova Petrova, Zlatina Ivaylova Dimitrova</i>	
EMERGING MARKETS AND INVESTMENT OPPORTUNITIES	129
<i>Svetoslav Dragomirov Angelov</i>	
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ ВЪВ ВЪЗОБНОВЯЕМИ ЕНЕРГИЙНИ ИЗТОЧНИЦИ В БЪЛГАРИЯ	140
<i>Велимир Георгиев Даскалов, Иван Петров Георгиев</i>	
TRENDS AND PROSPECTS OF INTERNATIONAL INVESTMENTS IN RENEWABLE ENERGY SOURCES IN BULGARIA	140
<i>Velimir Georgiev Daskalov, Ivan Petrov Georgiev</i>	
ЛИТЕРАТУРЕН ОБЗОР ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО И ВЛИЯНИЕТО НА GREENWASHING	151
<i>Гергана Цветанова Цветкова, Петра Валентинова Жечева</i>	
LITERATURE REVIEW ON THE DEVELOPMENT AND IMPACT OF GREENWASHING	151
<i>Gergana Tsvetanova Tsvetkova, Petra Valentinova Zhecheva</i>	
ТЕХНОЛОГИЧНИЯТ ПРОГРЕС И ТЪРГОВИЯТА В ТУРЦИЯ: ГЛОБАЛНИ ТЕНДЕНЦИИ И ЛОКАЛНИ ПРИЛОЖЕНИЯ	164
<i>Олчай Зикри Юсуф</i>	
TECHNOLOGICAL PROGRESS AND TRADE IN TURKEY: GLOBAL TRENDS AND LOCAL APPLICATIONS	164
<i>Olchay Zikri Yusuf</i>	

ОБЗОР НА ЦЕНОВИТЕ РАВНИЩА В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ С КОНТЕЙНЕРИ ВЪВ ВРЕМЕНА НА НЕСТАБИЛНОСТ В СЕКТОРА.....	175
<i>Веселина Руменова Борисова</i>	
OVERVIEW OF PRICE LEVELS IN MARINE CONTAINER TRANSPORT IN TIMES OF INSTABILITY IN THE SECTOR.....	175
<i>Veselina Rumenoa Borisova</i>	
БИТКОЙН ХАЛВИНГ И ВЛИЯНИЕТО МУ ВЪРХУ ПАЗАРА НА КРИПТОВАЛУТИ	186
<i>Пенко Ангелов Бяливанов</i>	
BITCOIN HALVING AND ITS IMPACT ON THE MARKET OF CRYPTOCURRENCIES	186
<i>Penko Angelov Byalivanov</i>	
ГЛОБАЛНИТЕ ВЕРИГИ ЗА ДОСТАВКИ - ВЪЗМОЖНОСТИ И ЗАПЛАХИ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕТО ИМ ОТ БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ.....	193
<i>Калин Михайлов Климентов</i>	
GLOBAL SUPPLY CHAINS - OPPORTUNITIES AND THREATS IN THEIR USE BY BULGARIAN ORGANIZATIONS.....	193
<i>Kalin Mihaylov Klimentov</i>	
ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА МАРКАТА – СТРАТЕГИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА	206
<i>Анета Иванова Лазарова</i>	
INTERNATIONALIZATION OF THE BRAND - STRATEGIES AND CHALLENGES	206
<i>Aneta Ivanova Lazarova</i>	
ПРИЛОЖЕНИЕ НА ИНТЕРНЕТ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС	220
<i>Фатме Мустафова Данаджијева</i>	
APPLICATION OF THE INTERNET IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL BUSINESS.....	220
<i>Fatme Mustafova Danajieva</i>	

ИЗИСКВАНИЯ КЪМ АВТОРИТЕ

- Допустимост на авторите: настоящи студенти бакалаври, магистри и докторанти в български или чуждестранни висши училища, обучаващи се в икономически специалности.

Формални критерии към структурата на разработката:

- Обем - до 27 000 символа с включени интервали (до 15 стандартни страници).
- Заглавие – ясно и точно формулирано, до 100 символа (с включени интервали).
- Пълно име на автора (авторите), е-поща, специалност и година на обучение, висше учебно заведение.
- Резюме – до 1500 символа (с включени интервали), да има характер на обобщение и да включва изследователски цели, методология и резултати.
- Ключови думи – от три до пет.
- JEL класификация - до три кода, поне един да попада в раздел F. International Economics (ideas.repec.org/j/index.html).
- Ако основният текст е на български език - следват заглавие, данни за автора (авторите), резюме, ключови думи и JEL, **преведени на английски език**.
- Текстът на доклада следва да бъде оформен в части, като се следва формата за писане на научни текстове **IMRAD** (Introduction, Methods, Results, Discussion). Допускат се допълнителни раздели, ако отговарят на концепцията на изследването.
- Допълнителните бележки, разяснения и коментари - под линия.
- Списък с цитираната литература - по **APA style**.

Технически изисквания за оформяне на материалите:

- Написани под Word for Windows.
- Размер на страницата: A4, 29–31 реда и 60–65 знака на ред.
- Полета: Top – 2,5 см; Bottom – 2,5 см; Left – 2,5 см; Right – 2,5 см.
- Наименование на статията: Cambria, 14 pt, с големи букви, Bold, центрирано.
- Имена на автора (ите), висше учебно заведение: Cambria, 12 pt, центрирано.
- За резюме, ключови думи и JEL: шрифт Cambria, размер 11 pt.
- За основния текст: шрифт Cambria, размер 12 pt.
- Разстояние между редовете: 1,5 lines.
- Номерация на страницата: долу вдясно.
- Текст под линия: размер 10 pt.
- Графики и фигури: таблиците, графиките и фигурите да се вграждат софтуерно в текста.
- Формулите се създават с Equation Editor.

Пълните и актуални изисквания са представени на miojournal.uni-svishtov.bg.



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „ДИМИТЪР А. ЦЕНОВ” - СВИЩОВ
DIMITAR A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS - SVISHTOV

ГЛОБАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ

Академично издателство „Ценов”
Ул. Емануил Чакъров 2, Свищов 5250, България

БРОЙ 1, 2024 г.
miojournal.uni-svishtov.bg

GLOBAL AND REGIONAL DIMENSIONS OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Academic Publishing House “Tsenov” – Svishtov
2, Emanuil Chakarov street, Svishtov 5250, Bulgaria

ISSUE 1, 2024
miojournal.uni-svishtov.bg

ISSN: 2738-8573 (online)



miojournal.uni-svishtov.bg