



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
БИЗНЕС ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС“

РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИТЕ ПУБЛИКАЦИИ

НА
АС. Д-Р СИМЕОН ЙОРДАНОВ КОЛЯНДОВ

представени по конкурс за заемане на академичната длъжност „главен асистент“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (интернет маркетинг и маркетингово планиране)“, публикуван в ДВ бр. 71 от 27.08.2021 г.

София
2021г.



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY
BUSINESS FACULTY
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL BUSINESS

ABSTRACTS OF ACADEMIC PUBLICATIONS

BY

ASSISTANT PROFESSOR SIMEON YORDANOV KOLYANDOV, PHD

presented in a competition for acquiring academic position “Chief Assistant Professor”
professional field 3.8. Economics, specialty “Economics and Management (internet marketing
and marketing planning)”, promulgated in State Gazette, issue 71 of 27.08.2021

Sofia
2021

1. Статии, публикувани в научни списания, реферирани и индексирани в други международни бази данни с научна информация

1.1. . Коляндов, С., Перспективи за устойчиво развитие на офис сградите в столицата на България, списание «Недвижими имоти & Бизнес», том V (1) / 2021, стр. 37-47, ISSN 2603-2759

Резюме

Настоящата статия има за цел да анализира пазарът на инвестиционни имоти и по конкретно направлението му свързано с строителството, продажбата и отдаването под наем на офис площи в гр. София, характеризиращо се с постоянен темп на нарастване в последните няколко години. Данните в областта до 2019 година разкриват засилено търсене от страна, както на наема-тели, така и на инвеститори с интерес да развият филиал на бизнеса си в България или на желаещи такива да увеличат управляваните от тях към момента площи в страната. Световната пандемия от коронавирус постави сектора пред сериозни изпитания, които тепърва ще бъдат анализирани до каква степен са забавили развитието му. Създаде се една нова реалност, в която компаниите трябваше да преминат на дистанционна или хибридна форма на работа. Последната година неминуемо оказва негативно влияние на сделките с офис имоти, което настоящата статия ще проследи, обобщи и сравни с последните три успешни за сектора години, така че да се открият част от натрупаните през 2020 година негативи. Също така ще бъдат разгледани и някои от предпазни мерки, които компаниите е нужно да предприемат, за да продължат служителите им да работят от офисите им, както и ще бъдат разгледани някои от възможностите, които технологиите предоставят за работа в електронна среда.

Kolyandov, S., Prospects for Sustainable Development of Office Buildings in the Capital of Bulgaria, REAL ESTATE PROPERTY & BUSINESS, issue V (1), pp 37-47, ISSN 2603-2759

Abstract

This article aims to analyze the investment property market and in particular construction, sale and rental of office spaces in Sofia, characterized by a steady growth rate over the past few years. The data until 2019 reveal demand from tenants, as well as from investors with interest to develop branches in Bulgaria and from those wishing to increase the areas they manage so far. The global coronavirus pandemic has put the sector to a severe test, which has yet to be analyzed to what extent has slowed its development. In the created new reality, companies had to switch to remote or hybrid forms of work. The last year has inevitably had a negative impact on office real estate deals, which this article will track, summarize and compare with the last three successful years for the sector, so as to highlight some of the negatives accumulated in 2020. It will also look at some of the precautions that companies need to take so as to keep their employees working from the offices. Will be revised some of the opportunities that technology provides for working in an electronic environment.

1.2. Коляндов, С., Анатомия на „Интернет икономиката“: Обзор на възможностите за развитие, списание «Управление и устойчиво развитие», ЛГУ-София, стр. 00-00, (под печат)

Резюме

Статията разглежда визията, предизвикателствата и възможностите, които се предопределят от новосформиралата се интернет икономика. Обръща внимание на типологизацията във взаимоотношенията между различните субекти и многообразието от връзки между тях. Представено е сливането на технологичните и пазарните тенденции чрез разнообразните възможности на IoT (интернет на нещата). Проследен е напредъка на безжичната технология позволяващ приложението на индустриални решения от типа „машина към машина“ (M2M), които да извършват мониторинг на оборудването и текущата работата, както и последващата му еволюция на база на интернет протокол (IP) и интернет стандарти, чрез използването на RFID сензори за свързване и управление.

Kolyandov, S., Anatomy of The Internet Economy: A review of opportunities for development, Management and Sustainable Development, University Of Forestry Sofia, pp 00 -00, (in print)

Abstract

The article examines the vision, the challenges and the opportunities that are predetermined by the newly formed Internet economy. It pays attention to the typology in the relations between the different subjects and the variety of connections between them. The merging of technological and market trends through the various possibilities of IoT (Internet of Things) is also presented. The article follows the progress of the wireless technology allowing the application of industrial solutions such as "machine to machine" (M2M) to monitor the equipment and current work, as well as its subsequent evolution based on Internet Protocol (IP) and Internet standards, through the use of RFID sensors for connection and control.

2. Доклади, публикувани в сборници от научни конференции, проведени в България

2.1. Коляндов, С., Влияние на Covid-19 върху традиционният бизнес и възможностите на онлайн средата пред него, Наука, технологии, иновации, бизнес – 2020, СНЦ „ТО на НТС с Дом на науката и техниката - Пловдив“, 2020, с. 113 – 117, ISSN 2367 – 8569

Резюме

В доклада се извежда влиянието на световната пандемия от COVID-19 върху онлайн бизнеса. Проведеното изследване има за цел да установи по-какъв начин кризата породена от световната пандемия променя онлайн бизнеса. В доклада няма да бъдат разгледани всички възможни категории на онлайн бизнес моделите от “Web 3.0”, а този с най-голямо икономическо значение – търговският модел. Тезата, която се застъпва е, че COVID-19 и нарастващата икономическа криза породена от пандемията освен предизвикателство и изпитание за оцеляване на традиционния бизнес създава възможност за усъвършенстване на онлайн бизнес моделите, чрез въвеждането на практики от традиционната физическа икономика, чрез които онлайн бизнеса да бъде усъвършенстван и да посрещне много по-подготвен последиците на новата световна

обстановка. Определящо за това ще бъде да се представят новите тенденции сред купувачите, тяхното поведение в интернет и да се предложат методи за повишаване на доверието им към онлайн пазаруването.

Kolyandov, S., Impact of Covid-19 on traditional business and its online opportunities, Science, Technology, Innovation, Business – 2020, NGO "Maintenance of NTS with House of Science and Technology - Plovdiv"2020, pp. 113 – 117, ISSN 2367 – 8569

Abstract

The report highlights the impact of the global COVID-19 pandemic on online business. The study aims to find out how the crisis caused by the global pandemic affects online businesses. The report will not cover all possible categories of online business models from "Web 3.0", but the one with the greatest economic importance - the commercial model. The thesis is that COVID-19 and the growing economic crisis caused by the pandemic, in addition to challenging and testing the survival of traditional business, creates an opportunity to improve online business models by adopting practices from the traditional physical economy through which online business to be improved and to be much more prepared to meet the consequences of the new world situation. It will be defined by adopting the new trends among buyers, their own behavior on the Internet and having new methods which increase their confidence in online shopping.

2.2. Коляндов, С., Стратегии за онлайн търговия според новите тенденции в интернет пазара, Наука, технологии, иновации, бизнес – 2020, СНЦ „ТО на НТС с Дом на науката и техниката - Пловдив“, 2020, с. 124 – 129, ISSN 2367 – 8569

Резюме

В доклада ще бъдат разгледани и представени актуални стратегии за развитие на онлайн бизнес. Изследването има за цел да анализира и обобщи настоящите статистики за онлайн търговия и на тяхна база да определи нужните стратегии и инструменти, за да бъде бизнеса успешен в интернет. Тезата на доклада е, че за бизнеса не достатъчно просто да има онлайн магазин развиващ търговия, а е необходимо да използва й стратегии за онлайн търговия, чрез които да привлича засилен трафик към уеб сайта си от реални клиенти. Конкуренцията в интернет е изключително интензивна и това предопределя уеб сайта на компанията да притежава достъпен дизайн за всички устройства използващи интернет; да се отделя персонално време на всеки потребител, за да бъде отговорено на запитванията му; да се правят персонални оферти на потенциални и настоящи клиенти; и не на последно място компанията да е представена по най- добрия начин в социалните мрежи.

Kolyandov, S., Strategies for online commerce by the latest trends on internet market, Science, Technology, Innovation, Business – 2020, NGO "Maintenance of NTS with House of Science and Technology - Plovdiv"2020, pp. 124 – 129, ISSN 2367 – 8569

Abstract

The report will review and present current strategies for online business development. The study aims to analyze and summarize current statistics for online commerce and on their basis to determine the necessary strategies and tools for business to be successful on the Internet. The thesis of the report is that it is not enough for a business to simply trading with online store, but it is necessary to use online trading strategies to increase the traffic to its website with real customers. The competition on the Internet is extremely intense and this predetermines the company's website to have an accessible design for all devices using the Internet; to devote personal time to each user in order to answer his inquiries; to make personal offers to potential and current clients; and last but not least, the company to be represented in the best way on social medias.

2.3. Коляндов, С., Въвеждане на дигитален маркетинг от традиционният бизнес обусловено от Covid пандемията, Наука, технологии, иновации, бизнес – 2020, СНЦ „ТО на НТС с Дом на науката и техниката - Пловдив“, 2020, с. 118 – 123, ISSN 2367 – 8569

Резюме

Настоящият доклад има за цел да представи възможните алтернативи за въвеждането на дигитален маркетинг от фирмите засегнати от намаляващото търсене в определени сектори, породено от световната пандемия от COVID-19. Тезата, която се застъпва е, че световната пандемия не трябва да бъде разглеждана като пречка за отделни сектори от икономиката, а по-скоро като възможност за по-бързото интегриране на бизнеса в интернет. На база на проведеното изследване се установи нуждата от ускорено въвеждане на добри практики от дигиталния маркетинг. В доклада не се навлиза в дълбочина на детайлизацията на дигиталния маркетинг, а се представят основните възможни варианти, като се поставя акцент върху тези, които способстват за подобряване на онлайн присъствието и по-голямата потребителска разпознаваемост. Определящо за това е нивото на интернет присъствие от страна на фирмите, в което пандемията ги намира.

Kolyandov, S., Adoption of digital marketing from traditional business whilst Covid pandemic, Science, Technology, Innovation, Business – 2020, NGO "Maintenance of NTS with House of Science and Technology - Plovdiv"2020, pp. 118 – 123, ISSN 2367 – 8569

Abstract

A report about possible alternatives for adoption of digital marketing by companies affected by declining demand in certain sectors caused by the global pandemic of COVID-19. The thesis covered is that the global pandemic should not be seen as an obstacle for individual sectors of the economy, but rather as an opportunity for faster integration of business on the Internet. Based on the research, it is concluded that good digital marketing practices need an accelerated adoption. The report does not go into the details of digital marketing, but presents

the main possible options, focusing on those that help improve online presence and greater consumer visibility. It depends on the level of internet presence of the companies, when the pandemic came across.

2.4. Коляндов, С. (2021) „Фактори и стратегии за развитие на електронната търговия“, сборник с доклади от трети национален научен форум БИЗНЕСЪТ В ХХІ ВЕК „България 2030 Проектиране на бъдещето: ново общество – нова икономика“, София, ИК – УНСС, 2021, с. 76 - 80, ISBN 978-619-232-431-5

Резюме

Електронната търговия е улеснен процес за покупко-продажба на стоки или услуги, който включва онлайн разглеждане и избор на продукти и методи за заплащане. Тя не се влияе от време, място и граници благодарение на глобална свързаност осъществена чрез интернет. Днес присъствието на традиционният бизнес онлайн и в частност в интернет се е превърнало задължително условие за успешното му взаимодействие с клиенти, партньори и доставчици

Kolyandov, S., Factors and strategies for e-commerce development, proceedings of the Third National Scientific Forum BUSINESS IN THE XXI CENTURY “Bulgaria 2030 Designing the Future: New Society - New Economy”, Sofia, PC – UNWE, 2021, pp. 76 - 80, ISBN 978-619-232-431-5

Abstract

E-commerce is a simplified process of buying and selling goods or services, which includes online viewing and selection of products and payment methods. It is not affected by time, place and borders thanks to global connectivity made through the internet. Today, the presence of traditional business online and in particular on the Internet has become a prerequisite for its successful interaction with customers, partners and suppliers.

2.5. Коляндов, С. (2021) „Икономиката на България по време на пандемия“, сборник с доклади от трети национален научен форум БИЗНЕСЪТ В ХХІ ВЕК „България 2030 Проектиране на бъдещето: ново общество – нова икономика“, София, ИК – УНСС, 2021, с. 81 - 85, ISBN 978-619-232-431-5

Резюме

В настоящият доклад са разгледани основни икономически показатели през настоящата 2020 година за еврозоната, Европейският съюз и в частност за българската икономическа обстановка. Чрез направеният анализ се търси отговор на въпроса дали направените прогнози за икономиката в началото и разгара на първата вълна на пандемията ще се окажат верни или ще е нужно прецизното им ревизиране поради отчитането на различни показатели в края на годината.

Kolyandov, S., The economy of Bulgaria during a pandemic, proceedings of the Third National Scientific Forum BUSINESS IN THE XXI CENTURY “Bulgaria 2030 Designing the Future: New Society - New Economy”, Sofia, PC – UNWE, 2021, pp. 81 - 85, ISBN 978-619-232-431-5

Abstract

This report examines the main economic indicators in the current 2020 for the euro zone, the European Union and in particular the Bulgarian economic situation. The analysis seeks to answer the question of whether the forecasts made for the economy at the beginning and in the midst of the first wave of the pandemic will be correct or will need to be accurately revised to take into account various indicators at the end of the year.