

ПАЗАРЪТ НА ТЪРГОВСКИ НЕДВИЖИМИ ИМОТИ В ГРАД ВАРНА

Мариана Гегова

THE COMMERCIAL REAL ESTATE MARKET IN THE CITY OF VARNA

Mariana Gegova

Abstract: The article examines the state of the commercial property market in the city of Varna, the level of its stability and sustainability. It tracks how commercial property prices have changed in the years since the COVID-19 pandemic, which has severely affected the real estate market. The article examines the changes in the demand for these properties, given the wave of closures of commercial properties, the delay and halt of investment intentions, as well as the orientation of a large part of traders towards online trading. The study provides an overview of the economic situation in the city of Varna with indicators showing the conditions for the development of the commercial property market. The aim of the article is to track the change in the supply prices of commercial properties and the levels of rental prices in the city of Varna in the period 2021-2025 and their impact on investment intentions towards commercial spaces.

Key words: commercial properties; areas; investments; market prices; trade; shopping center.

Увод

Пандемията от COVID-19 предизвика безпрецедентна икономическа криза. Не само в световен мащаб, но и в България се наблюдаваше свито потребление на стоките, което беше резултат от социалната изолация на населението, временно затваряне на търговски обекти, увеличаване на безработните лица, загуба на заетост, намаляване на доходите на населението. Пазарът на недвижими имоти също беше засегнат като се наблюдаваше понижаване на търсенето и забавяне на инвестиционните намерения от страна на инвеститорите. Въведеното извънредно положение увеличи ръста на свободните търговски площи, което повлия върху наемните нива на имотите. Заради обявената пандемията и настъпилата изолация на населението, се увеличи значително растежа на онлайн търговията, вследствие желанието на търговците да запазят дейността си. В резултат на този процес след нормализиране на обстановката за част от малкия и среден бизнес настъпи момент на преосмисляне на необходимостта от наемането и поддържането търговски площи, което продължаваше да рефлектира върху наемните цени.

Желанието на хората да общуват помежду си, тежестта на изолацията и стремежът към личностно развитие върна хората отново към нормалния начин на живот, свързан с работа, пазаруване, туризъм. Започна да се наблюдава нарастване на дела на търговците, които отварят нови обекти и да се отчита намаляване на нега-

тивния ефект от пандемията от COVID-19 върху пазара на търговски площи.

Според данни на НСИ през последните десет години общия доход средно на лице от домакинство се е увеличил 2,6 пъти, като само за последната година ръстът е 18,5 %. Устойчивият скок на доходите води до повишена покупателна способност. Тя е индикатор за това дали стандартът на живот се подобрява и показва какво количество стоки и услуги могат да си позволят потребителите с доходите, които получават. Този факт, както и нивата на лихвените проценти по кредитите и средствата, отпуснати по европейски програми за подпомагане на бизнеса, води до нарастване на инвестициите в бизнес имоти, в това число и търговски.

Обект на изследване е пазарът на търговски имоти в гр. Варна. Целта е да се проследи промяната на цените на предлагане на търговски имоти и нивата на наемните цени в гр. Варна в периода 2021-2025 г. и влиянието им върху инвестиционните намерения към търговските площи. В изследването са използвани вторични данни. Прегледани са различни източници като доклади, публикувани проучвания и анализи, общински и правителствени бази данни, онлайн ресурси, за да може да се извлече необходимата информация за конкретната изследователска цел.

Същностни характеристики на търговските имоти

Една от основните задачи на търговията е да осигури задоволяване на потребителското тър-

сене с качествени стоки при подходяща обстановка и при икономия на време на купувачите при ползване на услугите на търговската мрежа. Това изисква добре организирана мрежа от магазини и други търговски обекти, която да създава удобство на населението при осъществяване на покупките.

Според Стоенчева (2021, р. 12) обектите недвижими имоти, резултат от човешкия труд (сгради/съоръжения) са жилищни имоти, обществени (специални) сгради и съоръжения и бизнес имоти. Бизнес имотите включват офиси, търговски и индустриални имоти, складове, хотели.

Като търговски обекти се характеризират помещението или сградите с основно предназначение осъществяване на търговия на дребно или на едро (дистрибуция и продажба на стоки и услуги). Тези обекти на недвижимата собственост имат площ от няколко кв. метра до няколкостотин хиляди кв. метра. Основен фактор за тяхното търсене е локацията, тъй като ключово значение има достъпът на клиенти. Най-често инвеститорите ги търсят за собствени нужди или за отдаване под наем. (Stefanov, 2022, р. 248)

Според Сълова (2002, р. 85) различните видове търговски обекти могат да се разграничат на различни видове по различни признаци. Според сградите, в които са устроени обектите от търговската мрежа се разделят на: търговски обекти в самостоятелно изградени специални сгради, търговски обекти в първите етажи на жилищни или други сгради, търговски обекти в кооперирани търговски сгради, търговски или търговско-обслужващи центрове.

Налице е тенденция за разграничаване на търговските имоти за търговия на дребно и на едро. Първите се възприемат като същински търговски имоти, обикновено наричани „магазини“ (супермаркети, хипермаркети, търговски центрове), а вторите се обособяват към логистичните имоти, съответно към складовите имоти. (Stoyanov, 2013, р. 100)

Настоящата статия ще се ограничи до изследване на динамиката в цените на търговските имоти за търговия на дребно, тип „магазини“.

В зависимост от използвания формат обектите за търговия на дребно се подразделят на малки квартални магазини, удобни (магазини), супермаркети, хипермаркети, дискаунтри, развлекателни центрове (молове) и други. (Костова, 2010, р. 51)

Търговските имоти за търговия на дребно се

характеризират с голямо видово разнообразие на търговската площ, от магазин с 15 кв.м до специализирани супермаркети или търговски центрове с площ от над 1000 кв.м. (Stoyanov, 2013, р. 100)

Поради непреместваемостта на обектите на недвижимата собственост, местоположението им се превръща в основна характеристика и ключов фактор за тяхната цена и доходност. Няма друг инвестиционен актив, който толкова да се влияе от географското си разположение. В зависимост от вида на имота и неговото местоположение се наблюдават значителни колебания във възвръщаемостта на инвестициите, което е предпоставка за успешно формиране на портфейли от имоти. (Stefanov, 2018, р. 16)

Според Костова (2010, р. 80) добре избраното място на търговския обект може да служи за инструмент за постигане на стратегическите цели на фирмата – по-високи продажби и печалби. При определяне на точното място трябва да се вземат предвид множество фактори, като наличие на конкуренция, вид на продаваните продукти, какви промени предстоят на пазара, какво е най-доброто позициониране на бизнеса на фирмата в дългосрочен план и др.

Основните предпоставки, респективно фактори за успешно инвестиране в недвижими имоти могат да се сведат до следните:

- местоположение (макрорестоположение – в рамките на страната и микрорестоположение – в рамките на населеното място);
- качество и платежоспособност на наемателите;
- състояние и развитие на пазара (равнище и динамика на наемите и продажните цени, размер и структура на търсенето и предлагането);
- гъвкавост при използването на недвижимия имот. (Yovkova et al., 2011, pp. 62-63)

Икономически, социални и демографски условия за развитие на пазара на недвижими имоти в гр. Варна

Според доклад на Института за пазарна икономика от 2023 г. инвестиционната и бизнес активност в гр. Варна са сравнително добри. Вътрешните и външните инвестиции нарастват. Брутният вътрешен продукт за града нараства, като за 2023 г. е 26 946 лв. на човек от населението (НСИ) и е близък до БВП на човек от населението за страната, който е 28 733 лв. (НСИ). Заплатите и пенсите се увеличават с близък до

средния за страната темп и са сравнително високи. Неравенството и бедността в областта се задържат на сравнително ниски нива и през 2023 г. делът на населението, живеещо под националната линия на бедност, е 14,6% (при 20,6% в страната) и отново е вторият най-нисък в страната (след този в столицата).

Варна е сред областите с много добро демографско развитие през 2023 г., което я поставя на трето място (след столицата и област Сливен) в тази категория. Коефициентът на естествен прираст е -4,7‰ и е сред най-високите и далеч над средните стойности за страната (-6,8‰).

Делът на населението в трудоспособна възраст остава висок (60,4% при 58,5% в страната). През 2023 г. Варна е областта с най-висока заетост с коефициент от 82,9% (при 76,2% в страната). Безработицата пък е втората най-ниска в страната (след тази в столицата) – 3,3% (при 5,3% в страната).

Сравнително слабо обаче остава усвояването на европейски средства. Към 30 юни 2024 г. стойността на изплатените суми на бенефициенти по оперативните програми е 2 165 лв. на човек (при 3 175 лв. на човек в страната).

Инфраструктурата на гр. Варна е сравнително добре развита. В добро състояние са 56% от пътищата в областта (при 40% в страната) (Институт за пазарна икономика).

Съгласно Закона за териториалното деление на Столична община и големите български градове от 1995 г. гр. Варна е разделен на пет административни района – район „Одесос“, район „Приморски“, район „Младост“, район „Владислав Варненчик“ и район „Аспарухово“. Всеки един район има определени географски, демографски и социално-икономически характеристики.

В западните райони на града като „Младост“ и „Владислав Варненчик“ преобладават големите търговски обекти с над 1000 кв.м. Причината е, че плътността на застрояване в тези квартали беше ниска през последните 20 години и имаше обособени големи „свободни“, незастроени площи. Това доведе до изграждането на големи супер- и хипермаркети, както и търговските центрове, тип „мол“ в града. В район „Младост“ са концентрирани всички молове, изградени в гр. Варна.

Район „Одесос“ е най-стария район в града. Той е централен район и е с най-висока концентрация на икономически дейности. В него са разположени офисите на престижни фирми и

големи банки, както и съществена част от образователните институции на общината, аптечната мрежа и лечебни заведения. Търговската мрежа е изградена основно от обекти с малка търговска площ по главните улици на града или разположени в сгради с жилищно или смесено предназначение.

В район „Приморски“ са разположени 5 висши училища, 26 основни и средни, общински, държавни и частни училища, 17 детски заведения (14 детски градини и 4 детски ясли), повече от 10 болнични заведения и поликлиники. Удобството от близостта до тези обществени сгради, както и до популярните у нас курорти „Златни пясъци“, „Св. Св. Константин и Елена“, „Чайка“, привлича хората към закупуване на жилища в този район. Увеличеното търсене на имоти води до увеличаване на предлагането на тези имоти и през последните 15-20 години имаше „бум“ на застрояване с жилищни сгради. Увеличеното население в района повишава потребителското търсене на стоки и услуги, което привлича инвеститорите в изграждането на големи супермаркети за задоволяване на увеличените потребителски нужди и респективно увеличаване на приходите от дейността си и печалбата.

Състояние на пазара на търговски недвижими имоти в гр. Варна

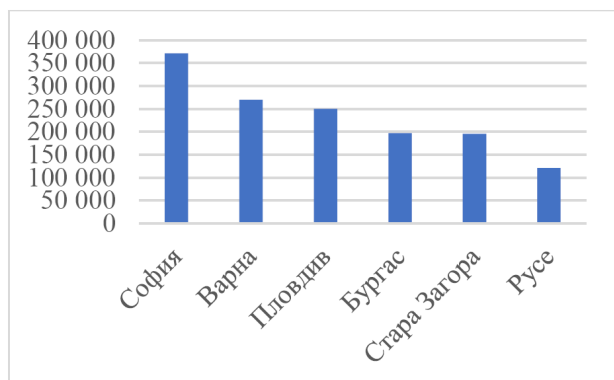
Варна е притегателен град както за много туристи, така и за хора, желаещи да се обучават, работят или живеят в града. Задоволяването на потребителските нужди на всички жители и гости на града предполага изграждането на добре организирана търговска мрежа. Търговията в града е представена както от големи търговски центрове, ритейл паркове и супермаркети, така и от удобни квартални магазини и централни и квартални пазари.

В таблица 1 и на фигура 1 са представени средните пазарни цени на предлагане на търговски имоти за първото тримесечие на 2025 г. Изследването на цените е направено на база проучване на офертни цени на предлагане на търговски имоти в интернет портал за предлагане на имоти (imot.bg). Използвана е информация за шестте най-големи градове в България по брой население според Националния статистически институт. Достъпността на данните позволява изследване на моментното състояние на пазара и сравняването на цените във Варна с тези в другите големи градове.

Таблица 1
Средни пазарни цени на предлагане
на търговски имоти Q1/2025 г.

Градове в България	Средна цена (евро)
София	370 676
Варна	270 026
Пловдив	249 636
Бургас	197 100
Стара Загора	195 604
Русе	120 991

Източник: imot.bg



Фиг. 1. Средни пазарни цени на предлагане
на търговски недвижими имоти Q1/2025 г.

Източник: imot.bg

От таблица 1 и фигура 1 е видно, че средната пазарна цена на предлагане на търговски имоти в гр. Варна е 270 026 евро, а в гр. София е 370 676 евро. Това означава, че средните пазарни цени в гр. Варна са с около 20% по-ниски от тези в гр. София. Цените на имотите в гр. Варна и гр. Пловдив са почти на еднакво равнище, докато средната цена на предлагане в гр. Русе е два пъти по-малка от тази в гр. Варна.

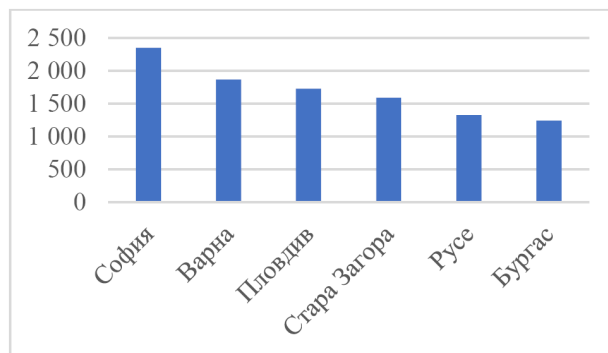
На таблица 2 и фигура 2 са представени средните пазарни цени в евро/кв.м за градовете София, Варна, Пловдив, Стара Загора, Русе и Бургас. Изследването показва, че цената на кв.м за гр. Варна е 1 870 евро/кв.м, а за гр. София е 2 354 евро/кв.м. Забелязва се, че цените в София са с около 20% по-високи от тези във Варна. В сравнение с другите градове във Варна средните цени на кв.м са с около 30% по-високи от тези в гр. Бургас (1 244 евро/кв.м) и гр. Русе (1 332 евро/кв.м). На база събраните данни е видно, че цените в гр. Пловдив и гр. Стара Загора са с 10%-15% по-ниски в сравнение с цените във Варна. Изследването показва, че в гр. Варна се поддържат сравнително високи средни цени на

предлагане на търговските имоти и средни цени на кв.м на търговските площи.

Таблица 2
Средни пазарни цени евро/кв. м за търговски
недвижими имоти Q1/2025 г.

Градове в България	Средна цена на кв.м (евро)
София	2 354
Варна	1 870
Пловдив	1 730
Стара Загора	1 591
Русе	1 332
Бургас	1 244

Източник: imot.bg



Фиг. 2. Средни пазарни цени евро/кв. м
за търговски недвижими имоти Q1/2025 г.

Източник: imot.bg

Настоящото проучване има за цел да проследи и тенденцията в изменението на цените през последните години на недвижимите имоти с търговско предназначение по административни райони на града. Избран е този подход, тъй като всеки район има определени икономически и социални характеристики и може да се направи обобщение и анализ на получените резултати. От данните в таблица 3 ясно се вижда, че средните пазарни цени на търговските имоти в гр. Варна бележат значителен ръст в периода от първото тримесечие на 2021 г. до първото тримесечие на 2025 г. Събраните данни не включват имоти в големите търговски центрове (молове). Изследването е направено на база офертни цени в интернет портал за недвижими имоти (imoti.net), което включва самостоятелни търговски имоти и партерни помещения с търговско предназначение в жилищни сгради или сгради със смесено предназначение.

Таблица 3
Средни пазарни цени на магазини
в гр. Варна

Райони	Q1/2021г. (€/кв.м)	Q1/2025г. (€/кв.м)	Изменение (%)
Приморски	920	1652	79,57
Одесос	1243	1972	58,65
Младост	703	981	39,54
Владислав Варненчик	742	1338	80,32
Аспарухово	604	930	53,97

Източник: *imoti.net* и изчисления на автора

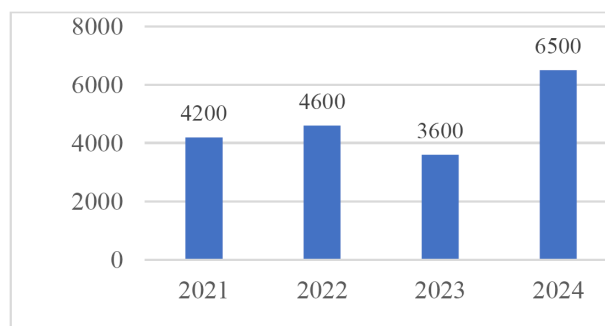
Най-голям ръст на средните пазарни цени се наблюдава в район „Приморски“ и район „Владислав Варненчик“ с приблизително 80 %, следвани от район „Одесос“ с близо 59 % и район „Аспарухово“ с 54%. Най-нисък ръст бележат имотите в район „Младост“ – 40%, което може да се отчете с факта, че в района конкуренцията с търговските центрове е голяма и търсенето на имоти за покупка е по-ниско тук. Голяма част от тези обекти са квартални (удобни) магазини и са стратегически разположени в близост до жилищни райони и оживени центрове, с което се акцентира на значението на местоположението за привличане на клиенти. При инвестирането в тези имоти водещо е близостта до жилищни квартали и предпочитанието на потребителите при пазаруване да не губят време. А след дома и работното място, търговията заема трето място по честота на посещаемост и разход на време. (Salova, 2002, p. 80)

Във Варна през 2007 г. е построен първият търговски обект от типа „мол“ – Pfohe Mall (Пфое Мол), който през 2017 г. сменя собствениците си и концепцията си, като според публикации идеята на новите собственици е да се изградят офиси на мястото на бившите магазини и да се запазят определен брой търговски площи. През 2008 г. е открит търговски център Varna Mall (Варна Мол), който дълги години успяваше да осигури разнообразие от предлагани стоки и услуги в търговските обекти и възможности за прекарване на свободното време, пазаруване и развлечения. В момента молът е в занемарено състояние, сградата не се поддържа и голяма част от търговските обекти стоят празни. Според данни от Търговския регистър през последните години дружеството собственик на Варна Мол е на загуба.

Първоначалната концепцията на мол Varna

Towers (Варна Тауърс) беше да се развие като офис и търговски център. Понастоящем, Varna Towers оперира главно като офис център. Основният приоритет на собственика е заетостта на търговската част на комплекса като се привлекат разпознаваеми търговски марки и се възобнови търговската дейност на центъра.

Двата търговски центъра, които имат стабилни пазарни позиции в гр. Варна са Grand Mall (Гранд Мол) и Delta Planet Mall (Делта Планет Мол). Техният мениджмънт е успешен и поддържат сравнително високи нива на цените на кв.м на търговските площи. Те показват висока заетост на търговските обекти, посещаемост, оборот и наемни нива. По данни от Forton Cushman&Wakefield общата търговска площ в търговските центрове към 2024 г. във Варна е 122 000 кв.м. Съпоставка с другите големи градове в страната София (402 273 кв.м), Пловдив (86 000 кв.м) и Бургас (62 500 кв.), Варна е на второ място по обща търговска площ в търговски центрове след София. Данните показват, че в София има близо три пъти повече кв.м търговска площ в сравнение с Варна, което съотношение отговаря и на съотношението на броя на населението на двата града.



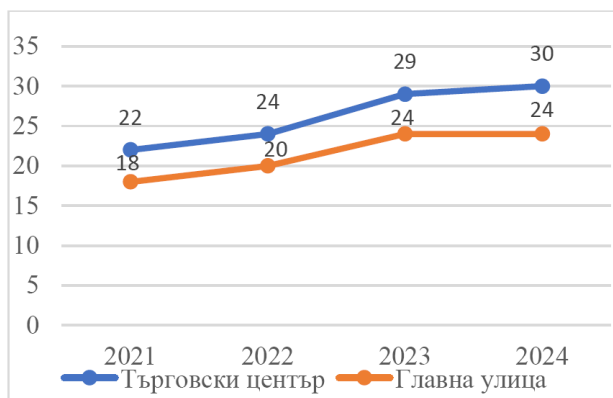
Фиг. 3. Усвояване на търговски площи
в търговски центрове във Варна (кв. м.)

Източник: *Colliers Bulgaria*

На фиг. 3 е показано усвояването на търговски площи през годините в търговските центрове във Варна. Показателят показва ежегодното усвояване от наематели или купувачи на наличните през съответната година свободни търговски площи. През изминалата година този показател е 6 500 кв.м, което е почти два пъти повече в сравнение с 2023 г. (3 600 кв.м). Повишаването на този показател означава, че през последната година значително количество търговски площи са били наети или продадени, отразявайки сил-

но търсене. Това води до намаляване на количеството на свободното пространство на пазара. За сравнение този показател за 2024 г. в гр. София е 22 200 кв.м, а в гр. Пловдив и гр. Бургас е съответно 3 400 кв.м и 400 кв.м. Това показва едно добро ниво на усвояване на търговски площи в търговските центрове в гр. Варна.

Процентът на свободни площи в утвърдените търговски центрове в страната варира между 0,1% и 7,8%. (по данни от Colliers Bulgaria)



Фиг. 4. Наемни цени във Варна (евро/кв. м/месец без ДДС)

Източник: Colliers Bulgaria

Във фигура 4 може да се проследи изменението през последните години на наемните цени на кв.м търговска площ в големите търговски центрове и магазини, разположени на главните улици в града. Наблюдава се ръст на наемните нива в период 2021 г. – 2024 г., което може да се обясни с повишеното търсене от страна на инвеститорите. Съпоставяйки наемните нива се отчита, че в търговските центрове цените са по-високи в сравнение с тези на главните улици. Това може да се обясни с допълнителната такса управление, включена в цената на кв.м търговска площ в моловете и по-конкретно почистване, поддържане и охрана на общите части, управление и реклама на търговския център, лесен достъп и осигурен паркинг. По-високата цена на кв.м в търговските центрове се обуславя от засиления интерес към наемане на помещения в тези обекти. Това е така поради предимствата, които предлагат моловете, а именно комуникативно местоположение, обезпеченост с паркоместа, приятна атмосфера, независеща от метеорологичните условия, чувство на сигурност и удобство при пазаруване. (Kostova, 2010, p. 59) Търговските центрове, като съвременна форма

за развитие на търговията на дребно, съчетават по своеобразен начин оригинална концепция за пазаруване, развлечение и мултифункционалност. (Pandakova, 2016, p. 443)

В обобщение може да се каже, че търговските центрове в гр. Варна бележат устойчив ръст в усвояване на търговските площи, наемните цени и заетостта.

Palah Center (Палах Център) и Retail Park Varna (Ритейл Парк Варна) са двата ритейл парка във Варна и са създадени преди повече от десетилетие. Няма аналог в града и са без голяма конкуренция. Palah Center не е типичния ритейл парк, понеже е разположен на два етажа и има и спортна част. За сметка на това Retail Park Varna напълно покрива изискванията на понятието „ритейл парк“. Той е първият и единствен засега парк с такива мащаби във Варна. Общата му площ е 21 200 кв.м и е разположен до две от главните пътни артерии на града – бул. „Владислав Варненчик“ и бул. „Република“. Локацията е комуникативна и осигурява удобен достъп както за гражданите, идващи от центъра на града, така и за посетителите, които влизат във Варна. Като цяло търговските паркове предоставят добра възможност на търговците на дребно да разнообразят магазинните си мрежи, да разширят дейността си в регионалните градове и да бележат ръст на приходите.

Изводи и обобщения

Въз основа на представената информация, свързана с пазара на търговски недвижими имоти в гр. Варна, могат да се оформят следните основни изводи и заключения:

- инвестиционната и бизнес среда в гр. Варна са сравнително добри;
- БВП за града нараства на човек от населението (НСИ) и е близък до БВП на човек от населението за страната, заплатите и пенсиите се увеличават с близък до средния за страната темп и са сравнително високи, като безработицата е една от най-ниските за страната;
- средните пазарни цени на търговските имоти, предлагани в гр. Варна, са по-високи в сравнение с другите големи градове в страната, като са по-ниски само от тези в гр. София – около 20%;
- средните пазарни цени в евро/кв.м на търговските имоти, предлагани в гр. Варна, поддържат сравнително високо ниво като традиционно в столицата цените са по-високи;
- средните пазарни цени (по офертни пред-

ложения) на търговските имоти по административни райони в града бележат постоянен ръст в изследвания период (Q1/2021 г. – Q1/2025 г.);

- през 2024 г. се наблюдава почти двойно увеличение на показателя за усвояването на наличните свободни търговски площи в търговските центрове във Варна, което означава, че голямо количество търговски площи са били наети или продадени;

- за последната година Варна е на второ място сред големите градове в страната, след София, по показателя за усвояване на търговски площи в търговските центрове;

- намалява процентът на свободни площи в утвърдените търговски центрове;

- отчитане на постоянен ръст на наемните цени на кв.м търговска площ, както в големите търговски центрове, така и в магазини, разположени на главните улици в града;

- липса на аналог и конкуренция на единствения изграден в града ритейл парк.

Заклучение

Пазарът на търговски недвижими имоти в гр. Варна е в състояние на значителна динамика и развитие. Резултатите от направеното проучване подкрепят това твърдение. Положителна тенденция се наблюдава по всички изследвани показатели: средни пазарни цени на търговските имоти, средни пазарни цени в евро/кв.м на търговските имоти, показател за усвояване на наличните свободни търговски площи в търговските центрове и наемните цени на кв.м търговска площ. Причините за тази тенденция могат да бъдат различни като например: значителна сигурност в инвестициите в недвижими имоти, ниска амортизация на сградите, създаване на приходи от инвестиции в недвижими имоти.

Според изследване, направено от Colliers, пазарът навлиза в етап на насищане и инвеститорите няма да могат да разчитат на това, че са единствен проект в дадено населено място. Новоизградените търговски центрове и ритейл паркове ще трябва да зависят все повече от правилното си позициониране и наличието на конкурентни предимства, за да бъдат успешни. На този фон големите инвеститори се концентрират главно в столицата и по-малко в останалите големи градове в страната, в частност в гр. Варна.

От друга страна електронната търговия бележи възход и заема все по-голяма част от оборотите на търговците. Това води до оптимизи-

ране на бизнеса от страна на предприемачите и редуциране на физическото присъствие на пазара като се затварят недобре работещи обекти и се инвестира в установени и наложени локации. Решенията за избор на местоположение на обектите има значително стратегическо значение и може да се използва за развитие на конкурентно предимство. През 2025 г. се очаква да се запази тази тенденция, като фокусът ще се запази върху физическите магазини.

Друг важен фактор, който ще повлияе на инвестициите е членството на България в еврозоната, което се очаква да се осъществи в началото на 2026 г. От опита на другите страни, приели еврото за единна валута, като най-значимо и стабилно влияние се очертава повишаването на заплатите, съпроводено с повече инвестиции. Очаква се притокът на капитали да подобри кредитния рейтинг на страната, да има положителен ефект върху заетостта и да подкрепи ръста на заплатите. Очертава се след влизане в еврозоната България да се възползва от механизмите за стабилност, както и от общата парична политика, към която ще се присъедини.

Литература

- Йовкова, Й. (2011) „Инвестиции в недвижими имоти“ в Миленкова, В. (ред.) *Икономика и управление на недвижимата собственост*. София: Унив. изд. „Стопанство“ – УНСС, с. 62-63
- (Yovkova, Y. (2011) “Investitsii v nedvizhimi imoti” v Milenkova, V. (red.) *Ikonomika i upravlenie na nedvizhimata sobstvenost*. Sofiya: Univ. izd. “Stopanstvo” – UNSS, s. 62-63)
- Костов, И. (2017) *Пазарът на жилищни недвижими имоти в град Варна*. Варна: Унив. изд. Наука и икономика, с. 193 – 202
- (Kostov, I. (2017) *Pazarat na zhlishtni nedvizhimi imoti v grad Varna*. Varna: Univ. izd. Nauka i ikonomika, s. 193 – 202)
- Костова, С., Петров И. (2010) *Търговия на дребно*. София: Унив. издателство – УНСС
- (Kostova, S., Petrov I. (2010) *Targoviya na drebno*. Sofiya: Univ. izdatelstvo – UNSS)
- Пандъкова, В. (2016) Развитие на недвижимите имоти с търговско предназначение в България. Варна: *Известия*. Списание на Икономически университет – Варна, том 60, бр. 4, с. 443
- (Pandakova, V. (2016) Razvitie na nedvizhimite imoti s targovsko prednaznachenie v Balgariya. Varna: *Izvestiya*. Spisanie na Ikonomicheski universitet – Varna, tom 60, br. 4, s. 443)

Стефанов, Д. (2018) *Финансиране и инвестиции в недвижими имоти*. София: Издателски комплекс – УНСС

(Stefanov, D. (2018) *Finansirane i investitsii v nedvizhimi imoti*. Sofiya: Izdatelski kompleks – UNSS)

Стефанов, Д. (2022) „Тенденции на пазара на офис и търговски площи в България“, *Недвижими имоти и Бизнес, том VI (4)*, стр. 243-249.

(Stefanov, D. (2022) „Tendentsii na pazara na ofis i turgovski ploshti v Bulgariya“, *Nedvizhimi imoti i Biznes, tom VI (4)*, str. 243-249.)

Стоенчева, Я. (2021) *Пазарни анализи в бизнеса с недвижими имоти*. София: Издателски комплекс – УНСС

(Stoenecheva, Ya. (2021) *Pazarni analizi v biznesa s nedvizhimi imoti*. Sofiya: Izdatelski kompleks – UNSS)

Стоянов, С., П. Илиев. (2013) *Икономика на недвижимата собственост*. Варна: Унив. изд. „Наука и икономика“ на ИУ - Варна

(Stoyanov, S., P. Iliev. (2013) *Ikonomika na nedvizhimata sobstvenost*. Varna: Univ. izd. „Nauka i ikonomika“ na IU – Varna)

Сълова, Н., В. Димитрова. (2002) *Организация и технология на търговията*. Варна: Унив. изд. на ИУ - Варна

(Salova, N., V. Dimitrova. (2002) *Organizatsiya i tehnologiya na targoviyata*. Varna: Univ. izd. na IU – Varna)

Институт за пазарна икономика. Достъпен от: <https://www.regionalprofiles.bg/bg/> (Прегледан: 1 април 2025)

Интернет портал за недвижими имоти. Достъпен от: <https://www.imot.bg> (Прегледан: 20 март 2025)

Интернет портал за недвижими имоти. Достъпен от: <https://www.imoti.net> (Прегледан: 23 март 2025)

Интернет сайт на Varna Towers Mall. Достъпен от: <https://www.varnatowers.bg> (Прегледан: 17 април 2025)

Компания за професионални услуги и инвестиционно управление в сферата на недвижимите имоти Colliers Bulgaria. Достъпен от: <https://www.colliers.com/en-bg> (Прегледан: 26 април 2025)

Консултантска фирма в сферата на бизнес имоти Forton Cushman&Wakefield. Достъпен от: <https://cwforton.com/bg/> (Прегледан: 27 април 2025)

Национален статистически институт. Достъпен от: <https://www.nsi.bg> (Прегледан: 10 април 2025)

Официален сайт на район „Аспарухово“, Община Варна. Достъпен от: <https://asparuhovo.bg> (Прегледан: 12 април 2025)

Официален сайт на район „Владислав Варненчик“, Община Варна. Достъпен от: <https://www.vladislavovo.bg> (Прегледан: 12 април 2025)

Официален сайт на район „Младост“, Община Варна. Достъпен от: <https://www.varnamladost.com> (Прегледан: 12 април 2025)

Официален сайт на район „Одесос“, Община Варна. Достъпен от: <https://www.odesos.bg> (Прегледан: 12 април 2025)

Официален сайт на район „Приморски“, Община Варна. Достъпен от: <https://www.primorski.bg> (Прегледан: 12 април 2025)

Списание „Капитал“. Достъпен от: <https://www.capital.bg/> (Прегледан: 30 април 2025)

PhD student Mariana Gegova
University of Economics – Varna, Department
of Business, Investment, Real Estate
77, Knyaz Boris I Blvd., 9002, Varna
E-mail: m.gegova@ue-varna.bg