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

СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В РАЗВИТИЕТО НА КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ В БЪЛГАРИЯ

Доц. д-р Бисер Петков
УНСС – София

Резюме: *В доклада се анализират динамични редове от данни за петгодишен период (2016-2020) по основни икономически показатели на дейността, за да се очертаят съвременните тенденции и предизвикателства в развитието на кооперативната търговия в България. Повишаването на ефективността и конкурентоспособността на кооперативната търговска дейност се извеждат като основните предизвикателства на съвременния етап.*

Ключови думи: *КООП, търговия, единен кооперативен пазар*
JEL: *D3, L3*

CONTEMPORARY TRENDS AND CHALLENGES IN THE DEVELOPMENT OF COOPERATIVE TRADE IN BULGARIA

Assoc. Prof. Bisser Petkov, PhD
University of National and World Economy – Sofia

Abstract: *In the report dynamic rows data analysis for the period 2016 - 2020 is used to explore contemporary trends and challenges in the development of cooperative trade in Bulgaria. Increasing efficiency and competitiveness of cooperative trade are outlined as a main challenges at current stage of development.*

Key words: *COOP, trade, unified coop market*
JEL: *D3, L3*

Въведение

В класификационната структура на търговията, застъпена в учебната литература, кооперативната търговия се обособява по признака форма на собственост (Владимирова, Й. и др., 2010). Наред с кооперативната форма на собственост съществуват и други отличителни характеристики на кооперативната търговия, произтичащи от заложените принципи и ценности в основата на кооперативния бизнес модел. Тези принципи и ценности поставят икономическата активност на кооперациите в социална рамка и насърчават икономическото участие на членовете, които едновременно създават, управляват и участват в стопанската дейност на кооперацията.

Търговията е присъща стопанска дейност на потребителните кооперации (consumer cooperatives), които са сдружения на физически лица,

заинтересовани да купуват (потребяват) стоки и услуги от кооперацията. В съвременните условия потребителните кооперации са най-разпространената разновидност на кооперациите в България. През 1947 година потребителните кооперации у нас и създадените от тях регионални съюзи се обединяват в национален съюз – Централен кооперативен съюз (ЦКС). В края на 2020 г. в ЦКС членуват 31 кооперативни съюзи, обединяващи 677 кооперации. Съгласно Закона за кооперациите, кооперациите и техните съюзи могат да създават кооперативни и междукооперативни предприятия за извършването на стопанска дейност. На тази основа в системата на ЦКС в края на 2020 г. функционират 43 кооперативни предприятия (търговски дружества). Част от тези кооперативни организации имат за основен предмет на дейност търговия (на едро и на дребно) със стоки и услуги.

Търговията е основна и структуроопределяща стопанска дейност в системата на ЦКС, която формира 72 % от приходите от стопански дейности. В края на 2020 г. 27 кооперативни организации (потребителни кооперации, кооперативни съюзи и техните търговски дружества) осъществяват търговия на едро, а субекти на търговска дейност на дребно са 312 кооперативни организации. Последните стопанисват 1 168 обекти за търговия на дребно, които обслужват 2 290 населени места. Тези данни, съпоставени с данните на Националния статистически институт (НСИ) за броя на всички магазини за продажби на дребно в страната и общия брой населени места, показват националната значимост и мащаб на кооперативната търговия в България. Кооперативните организации стопанисват около 10% от обектите в търговската мрежа на дребно у нас и задоволяват потребностите от основни стоки на населението в 44% от населените места.

През последните години все по-определящ принос за формиране облика на кооперативната търговия у нас има Търговска верига КООП (ТВ КООП), която обединява в края на 2020 г. под общ бранд и слоган („КООП - заедно на пазар“) 571 обекта на територията на цялата страна, които формират 72% от приходите в кооперативната търговия на дребно.

В настоящия доклад съвременните тенденции и предизвикателства в развитието на кооперативната търговия на едро и дребно са разгледани поотделно на основата на анализ на данните по основни икономически показатели за периода 2016 – 2020 г. от годишните отчети на ЦКС за този петгодишен период.

1. Анализ на развитието на кооперативната търговия на едро в периода 2016-2020 година

Концепцията за единния кооперативен пазар и обединените доставки е залегнала в основата на развитието на кооперативната търговия на едро. Функционирането на единния кооперативен пазар се обезпечава чрез сключването на национални и регионални договори за доставка на стоки.

Доставката на основните хранителни продукти и стоки от първа необходимост в кооперативната система се осъществява на базата на сключени национални договори между „Кооп-търговия и туризъм“ АД и утвърдени български производители и европейски кооперативни организации при следването на единна търговска политика. Водещо място в стоковия асортимент заемат стоките с марката КООП, които се доставят директно от „КТТ“ АД чрез т.нар. преки доставки. За тяхното обезпечаване ежегодно се подписват четиристранни договори между ЦКС, „КТТ“ АД, кооперативните съюзи и членуващите в тях кооперации. Ключова роля за функционирането на националния единен кооперативен пазар има изградения през 2011 г. модерен логистичен център КООП в гр. София, който подпомага националната дистрибуция. Другият сегмент на националния единен кооперативен пазар са доставките към кооперативните организации, осъществявани на база сключените между „КТТ“ АД и различни доставчици национални комисионни договори.

Оптималното функциониране на националния единен кооперативен пазар (НЕКП) е от ключово значение за повишаване ефективността и конкурентоспособността на кооперативната търговска дейност. Основните ползи от разширяването на НЕКП могат да се обобщят в следните направления:

- Подобряване на търговските условия за доставка на стоки на кооперативните организации;
- Разширяване на присъствието в стоковата номенклатура на стоки със собствената марка КООП, които определят имиджа на кооперативната търговия;
- Осъществяване на регулярен внос на стоки от европейски кооперативни организации (КООП Италия, КООП Словакия и др.);
- Организиране на национални промоции на стоки.

Основните съвременни тенденции в развитието на кооперативната търговия на едро могат да бъдат изведени от анализа на данните по основни показатели за развитието на дейността в периода 2016-2020 г.

Анализът на данните от Таблица 1 показва тенденция на постоянно свиване на обемите на дейността през разглеждания период. Средногодишният темп на намаление на продажбите през периода е 4,3% като най-рязък спад (11 %) се отчита през 2020 спрямо предходната 2019 г. Основната причина за този рязък спад са наложените ограничителни мерки на бизнеса вследствие на пандемичната обстановка. Като дългосрочно действащи фактори, обуславящи тенденцията на намаление на приходите от дейността през целия период, могат да бъдат изведени следните:

- Намаляване на регионалния складов капацитет на кооперативните съюзи вследствие продажба или отдаване под наем на складови площи. В резултат от този процес намалява и броя на кооперативните организации осъществяващи търговия на едро;

- Разширяване на дела на преките доставки по регионални договори до склад или търговски обект на кооперативните организации, осъществяващи търговия на дребно;
- Намаляване на доставките чрез НЕКП на стоките, определени за национална дистрибуция.

Таблица 1. Данни по основни показатели за развитието на кооперативната търговия на едро за периода 2016-2020 г.

Показател/Година	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Приходи от продажби /хил. лв./	24 009	22 976	21 839	21 899	19 500
Финансов резултат /хил. лв./	(428)	(663)	(540)	(766)	(1 086)
Рентабилност на 100 лв приходи-%	(1.78)	(2.89)	(2.47)	(3.49)	(5.55)
Брой заети лица /средносписъчен брой/	119	103	97	101	95
Средномесечна работна заплата /лв./	662	790	857	879	1240
Производителност на 1 заето лице /хил. лв./	202	223	225	217	205
Доставки чрез НЕКП /хил. лв. /	12 819	13 847	12 092	11 895	11 010

Източник: *Годишни отчети на Централния кооперативен съюз*

Във финансово изражение кооперативната търговска дейност на едро е губеща през целия анализиран период. Налице е тенденция на увеличаване на загубата и влошаване на рентабилността. Една от причините за тази негативна тенденция, която може да бъде изведена от анализа на данните в Таблица 1, е изпреварващото увеличение на работната заплата спрямо производителността на труда. Средномесечната работна заплата се увеличава почти два пъти през анализирания период, докато производителността на едно заето лице остава на едно и също равнище.

На този фон могат да бъдат очертани следните предизвикателства пред кооперативната търговия на едро:

- Повишаване на ефективността на дейността и превръщането ѝ от губеща в печеливша;
- Разширяване на асортимента и качеството на стоките с марката КООП, вкл. и от собствено производство, и подобряване на търговските условия за тяхната доставка;
- Разширяване на пазарните позиции на кооперативната търговия на едро чрез продажба на стоки на външни за системата клиенти.

2. Анализ на развитието на кооперативната търговия на дребно в периода 2016-2020 г.

Кооперативната търговия на дребно се осъществява от голям брой търговски обекти, разположени на територията на цялата страна, предимно в малките населени места – села и малки градове. Средната търговска площ на един магазин е под 80 кв. м., а предлаганият асортимент в повечето търговски обекти е ограничен до стоките от първа необходимост с оглед на ниското платежоспособно търсене на местното население.

Ключовата стъпка за модернизацията на кооперативната търговия на дребно е направена през 2006 г., когато се създава търговска верига КООП (ТВ КООП). В търговската верига се включват поетапно, след реконструкция и модернизация, голяма част от кооперативните магазини, които се вместват в търговския формат „удобен магазин“ и имат общ дизайн, единен бранд и слоган. Започва изграждането и на единна търговска информационна система, но тя все още има нисък обхват и през 2020 г. в системата са включени 23% от търговските обекти във веригата. Специфична особеност при създаването и функционирането на ТВ КООП е запазването на собствеността върху търговските обекти на отделните кооперативни организации и отсъствието на общо управление, което не позволява пълното използване на потенциала на този широко разпространен у нас търговски формат.

Изграждането през 2012 г. на модерен супермаркет КООП в кв. Красна поляна на гр. София е важна стъпка към разширяване на присъствието на кооперативната търговия в големите градове на страната. Друга насока за разширяване на пазарните позиции на кооперативната търговия в последните години е чрез развиването на нов тип търговски обекти като био магазини, мобилни магазини, шоко магазини/работилници и др. За привличане и задържане на редовни клиенти в 210 от магазините на ТВ КООП се прилага програма за лоялни клиенти. За участие в програмата са предоставени над 73 хил. броя клиентски карти.

Очертаната дотук картина на историческото развитие на кооперативната търговия на дребно през последните 10-15 години позволява по-лесното интерпретиране на резултатите от анализа на основните икономически показатели за дейността в периода 2016-2020 г.

Анализът на данните за приходите от продажби в кооперативната търговия на дребно показва като цяло тенденция на запазване на техния обем за целия петгодишен период с малки флуктуации по отделни години на периода. Отчитайки, че данните за приходите от продажби са по текущи цени, то може да се констатира реално намаление на обема на дейността за разглеждания период. Основните причини за тази неблагоприятна тенденция могат да се търсят както в намаляването на броя на член-кооператорите (от 123 932 през 2016 г. на 115 003 през 2020 г.), които са естествените потребители на продаваните от кооперациите стоки и услуги, така и в

протичащите негативните демографски и икономически процеси в селата, водещи до затварянето на голям брой кооперативни търговски обекти.

Таблица 2. Данни по основни показатели за развитието на кооперативната търговия на дребно за периода 2016-2020 г.

Показател/Година	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Приходи от продажби /хил. лв./	214 744	211 444	206 643	213 522	214 071
Финансов резултат /хил. лв./	(8 891)	(8 331)	(7 666)	(7 179)	(6 025)
Рентабилност на 100 лв. приходи-%	(4.05)	(3.94)	(3.73)	(3.35)	(2.81)
Брой заети лица /средносписъчен брой/	2 966	2 747	2 506	2 284	2 080
Средномесечна работна заплата /лв./	540	595	648	723	771
Производителност на 1 заето лице /хил. лв./	72	77	82	94	103
Относителен дял на приходите, реализирани в обекти на ТВ КООП, в общите приходи -%	67	68	70	71	72

Източник: Годишни отчети на Централния кооперативен съюз

Като положителна може да бъде оценена тенденцията на постепенно и устойчиво нарастване на относителния дял на продажбите, реализирани в обектите на ТВ КООП.

Кооперативната търговска дейност на дребно през всичките години от анализирания период е губеща, макар че се забелязва тенденция на постепенно намаляване на размера на загубата. Други изследвания на кооперативната търговия у нас за по-ранни периоди от нейното развитие констатират постоянен губещ резултат от дейността (Шопова, 2015). В общотеоретичен план обяснението може да се търси в специфичната природа на кооперацията като сдружение за взаимопомощ, което разпределя ползи за членовете си, а няма за цел постигането на печалба. Социалните ползи от дейността на потребителните кооперации у нас се изразяват в задоволяването на потребностите на населението в малките, труднодостъпни и високопланински населени места със стоки от първа необходимост, вкл. чрез мобилни търговски обекти (развозна търговия), която дейност е икономически нерентабилна. В икономически аспект обаче, продължителното поддържане на губеща основна дейност лишава кооперациите от ресурси и от възможности за растеж.

На основата на резултатите от проведения анализ на развитието на кооперативната търговия в периода 2016-2020 г. и при съобразяване с

пазарните реалности на средата в която се осъществява дейността, могат да бъдат изведени следните основни предизвикателства пред бъдещето й развитие:

- Използване на вътрешния потенциал на потребителните кооперации чрез преодоляване на отчуждението сред част от членовете от стопанската дейност на кооперациите и разпределяне на ползите от членството (потребителски дивиденти, бонуси и др.) на база размера на покупките от кооперативните магазини;
- Повишаване на ефективността и конкурентоспособността на кооперативната търговска дейност чрез внедряване на иновации с цел преодоляване на очерталите се негативни тенденции и преминаването към растеж и завземането на нови пазарни позиции;
- Възприемане на омниканална стратегия за развитие с интегрирано използване на различните канали за продажба, създаване на собствено мобилно приложение, дигитализация на връзките с клиентите с цел създаване на по-голяма удовлетвореност в настоящите и привличане на нови клиенти.

Литература

1. Владимирова, Й, и др. (2010), Търговия, София: Стопанство.
2. Шопова, Д. (2015), Кооперативната търговия в България – състояние, проблеми и перспективи, дисертация, ИУ Варна.
3. Закон за кооперациите
4. Годишни отчети на ЦКС
5. https://www.cks.bg
6. https://www.nsi.bg