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 АСПЕКТИ НА ТЪРГОВИЯТА С ПОЩЕНСКИ УСЛУГИ В БЪЛГАРИЯ

Доц. д-р Теодора Филипова
СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Резюме: *Икономически сектор „Услуги“ осигурява на страната над 70% от Брутната добавена стойност и над 60% от Брутния вътрешен продукт. Търговията с услуги се очертава като водеща в националната икономика през последните години. Принос за реализиране на обороти в тази насока имат търговските дружества, извършващи операции по КИД „Транспорт, складиране и пощи“. Целта на настоящото изследване е да синтезира основните тенденции при търговията с пощенски услуги и да очертае водещи изводи за подсектор „Пощенски и куриерски услуги“. Изследваният период (2016-2020 г.) се свързва с динамика в предлагането на услуги, преразпределение на пазарни дялове, реализиране на различни икономически ефекти от участниците, влияние на COVID-19.*

Ключови думи: *пощенски услуги, куриерски услуги, пощенски оператори, КРС*
JEL*: L87*

MODERN ASPECTS OF TRADE WITH POSTAL SERVICES IN BULGARIA

Assoc. Prof. Teodora Filipova, PhD
„D. A. Tsenov“ Academy of Economics – Svishtov

Summary: *The services sector provides the country with over 70% of Gross Value Added and over 60% of Gross Domestic Product. Trade in services has emerged as a leader in the national economy in recent years. The companies performing operations under NACE „Transport, warehousing and post offices“ have contributed to the realization of turnovers in this direction. The aim of the present study is to synthesize the main trends in the trade in postal services and to outline leading conclusions for the subsector „Postal and courier services“. The studied period (2016-2020) is related to the dynamics in the supply of services, redistribution of market shares, realization of various economic effects by the participants, influence of COVID-19.*

Key words: *postal services, courier services, postal operators, CRC*
JEL: *L87*

Въведение

Множеството иновативни решения и дигитализацията на европейския и световния пазар на пощенски услуги стимулират, но и принуждават българските оператори да внедряват и развиват нови продукти, за да придобият конкурентни предимства. Основна тенденция е прилагане на клиентоцентричен подход: приоритетни доставки, персонално проследяване на документи, закупуване на стоки или плащане на услуги от името на клиента,

хибридна поща и др., за да се отговори на специфичните изисквания на всеки потребител. Представят се данни и анализи за петгодишен период – 2016-2020 г. Допълнителни предизвикателства от 2020 г. до днес поставя пандемичната ситуация от КОВИД-19 с форсмажорните обстоятелства пред всички сектори, включително и пред пазара на пощенски услуги.

1. Нормативна среда за функциониране на пазара на пощенски услуги

Пазарът на пощенски услуги в България безспорно следва динамичните тенденции на европейските и световни пазари, които са продиктувани от глобалната цифровизация. Логично следствие от технологични иновации в сектора е разработването на нови бизнес модели, което води до значително подобряване на резултатите за потребителите и до повишаване на ефективността за предложителите на пощенски услуги. Иновативните решения, софтуерните и инфраструктурните проекти са продиктувани от развитието на електронната търговия и стремежа на пощенските оператори за увеличаване на пазарния си дял в този перспективен сегмент, чрез предлагане на гъвкави решения както за потребителите, така и за електронните магазини.

Пощенските услуги, съгласно разпоредбите на Закона за пощенските услуги (Закон за пощенските услуги, 2021), включват: приемане, пренасяне и доставяне на пощенски пратки; хибридна поща; пощенски парични преводи; куриерски услуги. Към пощенските услуги могат да се предоставят и допълнителни услуги като: препоръка, обявена стойност, наложен платеж, известие за доставяне и други. Пощенските услуги са: универсална пощенска услуга (УПУ); услуги, включени в обхвата на универсалната пощенска услуга; неуниверсални пощенски услуги (НПУ).

Съгласно Директива 97/67/ЕО относно общите правила за развитието на вътрешния пазар на пощенските услуги в ЕС и за подобряване на качеството на услугата, държавите от ЕС са задължени да гарантират постоянна, достъпна, универсална пощенска услуга навсякъде на тяхна територия. Пощенският оператор със задължение за извършване на универсалната пощенска услуга е търговско дружество, което може да извършва подобна дейност след придобиване на индивидуална лицензия, издадена от Комисията за регулиране на съобщенията (КРС) - (разрешителен режим). Неуниверсални пощенски услуги (НПУ) могат да предлагат пощенски оператори, които са подали заявление и са получили удостоверение за регистрация от КРС (уведомителен режим). Всяка промяна в идентификационните данни на регистрирани оператори на НПУ следва да се подаде до регулатора в срок от 10 дни, което спомага за поддържане на публичен регистър с актуална база данни за всички регистрирани субекти.

Комисията за регулиране на съобщенията е органът в България, който създава условия за извършване на универсалната пощенска услуга на територията на цялата страна; осигурява възможности за ефективна конкуренция

на пазара на пощенски услуги и равнопоставеност на пощенските оператори; издава, изменя, допълва, спира, прекратява и отнема индивидуални лицензии; вписва лицата в публичен регистър за оператори, извършващи неуниверсални пощенски услуги; защитава интересите на потребителите на пощенски услуги; определя мерки за опазване тайната на кореспонденцията и други дейности.

По време на пандемичната обстановка КРС осигури непрекъснатост при предоставяне на пощенски услуги; насърчи операторите за спазването на всички противоепидемични изисквания; създаде координационен център за оперативно взаимодействие между регулатора и пощенските оператори; предоставяше съвети и препоръки на пощенските оператори за справяне със ситуацията. Друга инициатива е публикуването на актуална информация в интернет страниците на пощенските оператори относно приемането, пренасянето и доставянето на вътрешни и международни пратки по време на ограниченото пътуване в страната и затварянето на въздушното пространство, така че потребителите на пощенски услуги да бъдат своевременно информирани за ситуацията.

Освен законови постановки, у нас действат редица подзаконови актове, като Правила, Нормативи, Мерки, Методики и други документи, свързани с регламентиране на различни аспекти от дейността на пощенските оператори. Допълнение към нормативната среда са Регулаторните политики и принципи. *Може да се обобщи, че е създадена необходимата нормативна среда за функциониране на пазара на пощенски услуги, която спомага за развитието на сектора и за реализирането на ефекти както за доставчиците, така и за потребителите на тези продукти.*

2. Основни показатели на пазара на пощенски услуги в България

Пазарните промени, които стимулират и улесняват дейностите, включващи активна онлайн търговия, водят до нарастване ролята на куриерските компании във веригата на доставките по отношение гарантирането на качествена и навременна услуга на всеки клиент. Пощенските оператори са проактивни и адаптиращи се към новите технологии и иновации. Конкуренцията на европейския пазар на пощенски услуги се увеличава след приключване процеса на либерализация, при който всяка частна компания вече може да оперира свободно при наличие на лицензия за извършване на универсални или неуниверсални пощенски услуги. Клиентите могат да избират доставчик на пощенски услуги, отговарящ изцяло на изискванията им по отношение на цена, качество, бързина, обхват, предлагани допълнителни услуги (Кръстев, 2017).

Аналогична е ситуацията и на нашия пазар, където се наблюдава трайна тенденция на нарастване броя на доставчиците през последните години. Изследването обхваща времето от 2016 г. до 2020 г. Общият брой на пазарните участници нараства от 160 в началото до 201 в края на периода.

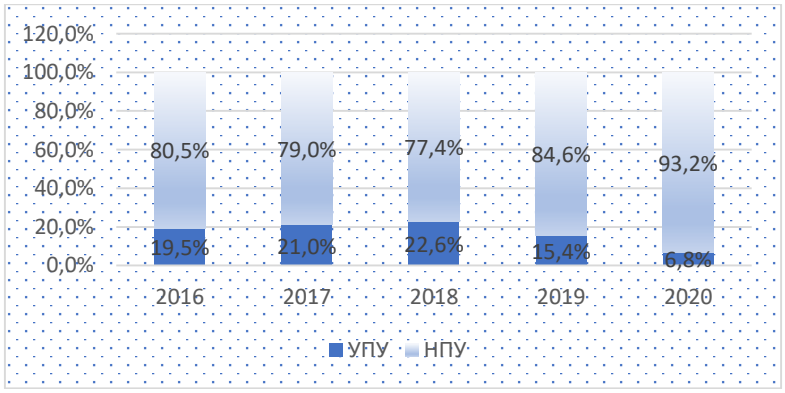
Броят на лицензираните пощенски оператори (вкл. „Български пощи“ ЕАД – исторически оператор, задължен оператор) следва колеблива тенденция – от 19 през 2016 г. достига до 28 през 2018 г., а в края на 2020 г. той е 14. Този факт обяснява табличната информация за реализираните обороти от пощенски услуги (вж. табл. 1), от която е видно, че нараства делът на приходите от НПУ (за които не се изисква лиценз) за сметка на тези от УПУ.

Таблица 1. Приходи от пощенски услуги в периода 2016-2020 г. *(млн. лв.)*

	2016	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
УПУ	76,8	89,3	105,4	87,2	43,2
НПУ	316,3	335,4	361,4	477,4	592,1
Общо	**393,1**	**424,7**	**466,8**	**564,6**	**635,3**

Източник: Комисия за регулиране на съобщенията. Годишни доклади за анализ на пазара на пощенски услуги за 2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 г.

Приведената в табл. 1 база данни демонстрира нарастването на приходите от пощенски услуги в абсолютен размер като цяло и по основни видове, а от фиг. 1 може да се проследи промяната в процентното съотношение между тях през годините на проучване. Ясна е тенденцията към ориентиране на пощенските оператори към НПУ и съответно – нарастване на приходите от тези услуги.



Фигура 1. Процентно съотношение между приходите от УПУ и НПУ (%) в периода 2016-2020 г.

Източник: Комисия за регулиране на съобщенията. Годишни доклади за анализ на пазара на пощенски услуги за 2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 г.

Детайлен план на структурата на приходите от НПУ е представен в табл. 2, от която могат да се направят следните заключения: в рамките на изследвания период двойно нарастват оборотите от куриерски услуги, които заемат най-голям дял в НПУ; намаляват приходите от услугата „хибридна

поща“[1] и от пряка пощенска реклама, а се увеличават тази, от пощенски парични преводи.

Таблица 2. Структура на приходите от НПУ по видове в периода 2016-2020 г. *(млн. лв.)*

	2016	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
1. Куриерски услуги	282,4	307,1	332,2	446,5	558,3
1.1. Куриерски услуги в страната	*208,9*	*232,6*	*244,1*	*325,1*	*422,9*
1.2. Куриерски услуги в чужбина	*73,5*	*74,5*	*88,1*	*121,4*	*135,3*
2. Хибридна поща	21,4	15,5	15,2	16,0	17,6
3. Пряка пощенска реклама	1,4	1,4	0,9	0,8	0,7
4. Пощенски парични преводи	11,1	11,4	13,0	14,1	15,5
ОБЩО	**316,3**	**335,4**	**361,3**	**477,4**	**592,1**

Източник: Комисия за регулиране на съобщенията. Годишни доклади за анализ на пазара на пощенски услуги за 2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 г.

Данните, свързани с приходите от УПУ, са представени в табл. 3. От тях могат да се направят следните обобщения: спад в пощенските пратки както за страната, така и за чужбина; значително по-добри резултати са реализирани през 2018 г., но ефектът е кратък и през следващите години приходите намаляват съществено.

Таблица 3. Структура на приходите от УПУ в периода 2016-2020 г.

(млн. лв.)

	2016	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Пощенски пратки от УПУ за страната	49,8	62,4	77,8	59,7	23,9
Пощенски пратки от УПУ за чужбина	27,0	26,9	27,6	27,5	19,2
ОБЩО	**76,8**	**89,3**	**105,4**	**87,2**	**43,1**

Източник: Комисия за регулиране на съобщенията. Годишни доклади за анализ на пазара на пощенски услуги за 2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 г.

Един от важните относителни показатели, базиращ се на приходите от продажби, е пазарният дял на участниците. Илюстрация на заеманите пазарни позиции от основните пощенски оператори през изследвания период е предложена във фиг. 2.

[1] „Хибридна поща“ е пощенска услуга по приемане на съобщения, подадени във физическа или електронна форма от подателя, обработването и предаването им чрез електронни средства и доставяне на тези съобщения на получателя като кореспондентски пратки.



Фигура 2. Пазарен дял на пощенските оператори в периода 2016-2020 г.
Източник: Комисия за регулиране на съобщенията. Годишни доклади за анализ на пазара на пощенски услуги за 2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 г.

Отразеното във фиг. 2 ясно очертава следните тенденции: трайно и значително повишаване на пазарния дял на „Еконт Експрес“ (лидер към момента) и „Спиди“ и постоянен спад в пазарните позиции на „Български пощи“. Историческият оператор губи пазарна власт през последните години и от водещ предложител (пазарен дял от над 50% в началото на века), към момента е с пазарен дял от 7,5%. Възможна положителна стъпка би могла да бъде иновация в мрежата на БП, която не е модифицирана от началото на либерализацията на пазара. Наличието на много и големи сгради е свързано с огромни разходи за поддръжка, ангажиран е голям брой персонал, а предлагането на УПУ не изисква задължително наличието на стационарна станция. Алтернативи са: мобилни станции, пощенски агентства, изнесени гишета и др. Опитите на държавата да регулира наличието на пощенски станции или не в населените места според броя на жителите, също не водят до положителен резултат (Петров, 2019). По отношение на НПУ пазарният дял на „Български пощи“ е под 3%.

Мярка за конкурентоспособност на даден сектор по отношение на пазарната концентрация на неговите участници са индексът на Херфиндал-Хиршман *HHI*[2] и коефициентът за концентрация *CR*. По-високите стойности на индекса показват по-висока концентрация на пазара и монополна мощ, както и намалена конкурентоспособност. Индексът намалява, когато пазарът се състои от по-голям брой предприятия, всяко с по-малък пазарен дял. По отношение на пощенските услуги обичайно се изчислява *CR5,* т.е. използват се данни за първите пет по пазарен дял оператори. В периода 2016-2020 г. стойностите на двата показателя определят пазарния сегмент като сравнително конкурентен със средна към умерена концентрация за

[2] $HHI = s_1^2 + s_2^2 + \cdots + s_n^2$, където n е броят на операторите на пазара, а s_n – пазарен дял на n -тия оператор.

НПУ. В слабо конкурентна среда и с високо ниво на концентрация се развива пазарът на пощенските парични преводи (част от НПУ) – услуга, която се извършва въз основа на лицензионен режим, като регулаторната намеса е насочена към спазване на изискванията на лицензията по отношение на пощенската сигурност, защита правата на потребителите и контрол за спазването на задълженията, произтичащи от Закона за мерките срещу изпирането на пари. По отношение пазара на УПУ резултатите сочат наличието на слаба конкуренция и висока концентрация.

Широкото разпространение на електронната търговия се превръща в основния фактор за нарасналото търсене на куриерската услуга в сегмента B2C, изместващи фокуса на големите експресни оператори от развитие на добавените услуги от типа B2B. Освен това, често в този сектор една пратка може да бъде обект на няколко куриерски доставки, поради възможността потребителите да връщат/подменят закупени стоки, като тази услуга също се заплаща. Развитието на куриерските услуги от типа B2B и B2C в процентно изражение може да се проследи от фиг. 3.



Фигура 3. Процентно съотношение между заявените пратки B2B и B2C при УПУ

Източник: Комисия за регулиране на съобщенията. Годишни доклади за анализ на пазара на пощенски услуги за 2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 г.

Сегментът B2C на световно ниво, в т.ч. и в България, е сред най-бързо развиващите се в онлайн търговията и куриерските услуги. За периода 2016-2020 г. тази тенденция е ясно очертана от изобразеното на фиг. 3. С най-голям дял в УПУ са B2C услугите през 2018 г., когато постигат значителните 81,1%. По-високото търсене на куриерски услуги в този сегмент през последните години води до преосмисляне на бизнес модела от куриерските компании, поради намаленото тегло на една доставка на фона на увеличения брой клиенти и заявки за доставки в различни места. С новите предизвикателства куриерските компании са изправени пред по-високо търсене на експресни услуги за доставка в рамките на един-два дни на конкурентна

цена, както и предоставяне на допълнителни услуги, които да улеснят клиента. Това рефлектира върху необходимостта от по-голяма инфраструктура, човешки ресурс, на по-висока скорост и гъвкавост на доставките, намаляване на цените на услугите в условията на силна конкуренция.

Заключение

Пощенските услуги са съществен инструмент за комуникация и обмен на информация. Те изпълняват важна роля за постигане на социално, икономическо и териториално единство на национално и европейско ниво. Основните приоритети в областта на регулирането на пощенските услуги са: повишаване на ефективността на изпълнение на контролните функции, произтичащи от нормативната уредба за пощенския сектор; контролиране спазването на справедливи пазарни условия за постигане на ефективна конкуренция между пощенските оператори; защита на интересите на потребителите; развиване и осъществяване на дейността по събиране на статистическа информация в областта на пощенските услуги, за ясно определени статистически цели и др. Пълното отваряне и либерализиране на пазара на пощенски услуги насърчават лоялната и ефективна конкуренция, включително чрез усъвършенстване и облекчаване на регулаторните процедури; осигуряват условия за свободно предоставяне на пощенски услуги при спазване на принципите за обективност, прозрачност и пропорционалност на изискванията, свързани с разрешителните процедури; водят до равнопоставеност между участниците на пазара на пощенските услуги; допринасят за удовлетворяване на потребителите.

Литература

Кръстев, К. (2017). Въздействие на технологиите и иновациите върху пазара на куриерските услуги. *Бизнес посоки, бр. 2*, 88-99.

Петров, Е. (2019). Западането на „Български пощи“ продължава. *Икономист, бр. 27*.

Комисия за регулиране на съобщенията (2016, 2017, 2018, 2019 и 2020 г.). Годишен доклад „Анализ на пазара на пощенски услуги“.

Закон за пощенските услуги. (2021). Извлечено от lex.bg, Българският правен портал: https://www.lex.bg/index.php/bg/mobile/ldoc/2134934020