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

СДРУЖЕНИЯТА ЗА ЗАЩИТА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ – ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ПОЛЗИ

Гл. ас. д-р Миглена Душкова
ИУ – Варна

***Резюме**: Докладът разглежда сдруженията за защита на потребителите. Специално внимание е обърнато на Българска национална асоциация „АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ“ и Федерацията на потребителите в България. Посочени са примери от дейността на тези сдружения, както и взаимодействието им с потребители, търговци, институции, организации и др. На тази база са обобщени някои ползи, които подпомагат потребителите при защита на техните права и интереси.*

***Ключови думи**: сдружения на потребителите, защита на потребителите, потребителски права, потребителски интереси, компетентни институции, взаимодействие, ползи*

***JEL:** M38*

THE ASSOCIATIONS FOR CONSUMER PROTECTION – INTERACTION AND BENEFITS

Chief Assist. Prof. Dr. Miglena Dushkova
University of Economics – Varna

***Abstract:** The paper presents the associations for consumer protection. Special attention is given to the Bulgarian National Association „ACTIVE USERS“ and the „Federation consumer of Bulgaria“. Examples of the activity of these associations are given, as well as their interaction with consumers, traders, institutions, organizations and etc. On this basis, some benefits are summarized, which could help consumers for the protection of their rights and interests.*

***Key words*: *consumers' associations, consumer protection*, *consumer rights, consumer interests, competent institutions, interaction, benefits*

***JEL:** M38*

Единният пазар на Европейския съюз и нарастващата дигитализация на търговията предоставят на потребителите достъп до голям, дори неограничен избор на стоки и услуги, разнообразни канали за покупка, гъвкавост във вземането на решения за покупка, по-високо качество на обслужване, по-изгодни цени и др. предимства. От друга страна, тези предимства поставят предизвикателства пред потребителите, които често са свързани със защитата на техните права и интереси.

Политиката за защита на потребителите се осигурява от мащабно законодателство в ЕС, което гарантира, че правата на гражданите ще бъдат

спазвани при закупуването и използването на стоки и услуги. Законодателната уредба на правата на потребителите в България включва задълженията на търговците, конкретизира административните нарушения и предвидените за тях санкции. С оглед осигуряването на още по-голяма защита на потребителите, законодателството позволява да функционират и неправителствени потребителски организации (сдружения на потребителите). От съществено значение за тяхната ефективност е законовата възможност активно да взаимодействат с компетентни институции и организации. В рамките на ЕС това взаимодействие се проявява в различна степен, като се формират следните три типа институционални структури за защита на потребителите: с доминираща роля на *правителствената система от институции* за защита на потребителите; с водеща роля на *неправителствените организации,* работещи в областта на защитата на потребителите; *смесена институционална система,* при която дейностите за защита на потребителите се извършват съвместно от правителствени и неправителствени организации (kzp.bg, 2021).

В България съгласно Закона за защита на потребителите (ЗЗП) министърът на икономиката провежда и координира държавната политика в тази област. Основният орган, който прилага законодателството за защита на потребителите и осъществява административен контрол върху целия вътрешен пазар е Комисията за защита на потребителите (КЗП). Освен това българското право чрез ЗЗП дава възможност на гражданите да се сдружават, с цел защита на правата и интересите на потребителите. Тези сдружения са с нестопанска цел, икономически са независими от производители, вносители, търговци и доставчици, и действат изключително в интерес на потребителите. Правата им се свеждат до следните законови възможности: получаване на информация за проекти на нормативни актове, отнасящи се до правата и интересите на потребителите, като могат да дават и становища по тях; информиране на контролните органи за случаи, в които са нарушени правата на потребителите; получаване на информация от държавните и общинските органи за проекти на методики за формиране цените на обществените услуги, свързани с топлоснабдяване, електроснабдяване, водоснабдяване и канализация, транспорт, пощенски съобщения и електронни съобщения; предлагане на всички контролни органи извършването на проверки, анализи и изпитвания на стоки и услуги; съдействие за разрешаване на спорове, възникнали между потребители и търговци; сезиране на съда за нарушаване на правата и интересите на потребителите; сключване на колективни споразумения със сдруженията на търговците (ЗЗП, чл. 169).

Въз основа на тези права, дейността на сдруженията на потребителите може да се обобщи в следните по-важни насоки:

- разработване на проекти в областта на политиката за защита на потребителите;
- сътрудничество с компетентни институции и организации;

- събиране на информация за пазарната среда;
- изследване на потребителските проблеми;
- предоставяне на потребителска информация;
- иницииране на проверки на потребителския пазар;
- съдействие за разрешаване на потребителски спорове;
- иницииране на процедури в съда, с оглед защита на потребителските интереси.

Освен посочените, сдруженията на потребителите могат да извършват и други дейности, като например образователни кампании, с цел обучения на търговци и представители на фирми относно най-новите и актуални промени в законодателството, свързано със защита на потребителите; участие в конференции; публикуване на списания и специализирани издания на потребителска тематика и др.

В България като представителни сдружения на потребителите са утвърдени Българска национална асоциация „Активни потребители“ (БНААП) и „Сдружение за правна помощ на потребителите“ (СППП). Тези сдружения са признати за представителни на национално равнище със заповед на министъра на икономиката (mi.government.bg, 2021). Освен тях на национално ниво работи и Федерацията на потребителите в България (ФПБ). В настоящата разработка са разгледани ФПБ и БНААП поради характера на дейностите, които извършват. Проучването е направено въз основа на официално публикувана информация, достъпна на сайта на тези сдружения.

Федерацията на потребителите в България е учредена през 1990 г. като сдружение с нестопанска цел, което осъществява организирана защита на правата и интересите на всички български потребители. Работата на Федерацията се свежда до изпълнението на следните три основни задачи: първо – защита на икономическите интереси на потребителите; второ – подпомагане осигуряването на физическа безопасност и повишаване на качеството на стоките и услугите; трето – запознаване на обществеността със значението, възможностите и обществената полза на организацията на българските потребители за защита правата и интересите им като граждани и потребители, както и разработване, организиране и осъществяване на програми за образование и информация за потребителите (potrebiteli-bg.org, 2021).

Тези задачи се реализират чрез широк кръг от дейности, включващи взаимодействие с потребители, контролни органи и организации. По отношение на потребителите Федерацията дава възможност за осъществяване на преки срещи, с цел предоставяне на консултации и съвети за решаване на конкретни потребителски и граждански проблеми. Освен това ФПБ поддържа електронна страница, позволяваща достъп на потребителите до услугата „Бланка за задаване на въпроси“. Експерти на Федерацията разработват отговори, които могат да бъдат използвани като допълнителни становища при разрешаване на потребителски спорове. На сайта на ФПБ са посочени

примери с конкретни действия, подпомагащи защитата на потребителите при използване на обществени услуги като топлоснабдяване, електроснабдяване и водоснабдяване; качени са медийни публикации, отразяващи актуални потребителски теми и др. В полза на потребителите ФПБ може да извършва проучвания на пазара; да провежда обучения в областта на потребителската защита; да съдейства пред производители и търговци за обезщетяване на потребителите в случаи на закупени некачествени или опасни стоки, или стоки с неосигурено гаранционно и сервизно обслужване; да информира обществеността за мненията и предпочитанията на потребителите към предлаганите на пазара стоки и услуги и др.

Дейността на Федерацията позволява взаимодействие с компетентните институции и потребителски организации чрез участие в разработването на законодателната и нормативна уредба, свързана със защитата на потребителите; постоянно партньорство с държавните контролни органи по безопасността и качеството на потребителските стоки; член е на Потребителски Интернационал и др.

Посочената информация относно дейността на ФПБ дава основание да се каже, че тя предоставя възможност на потребителите да са по-задълбочено запознати с потребителските теми, да вземат информирано решение за покупка, да използват по-пълноценно потребителските си права, да имат повисока потребителска култура, като цяло.

През 1998 г. е учредена Българска национална асоциация на потребителите, а от 2010 г. след присъединяване на сдружение АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ, наименованието ѝ е променено на *Българска национална асоциация „Активни потребители“* (aktivnipotrebiteli.bg, 2021). Тази асоциация демонстрира изключително разнообразна дейност и активно взаимодействие с потребители, търговци, компетентни институции и потребителски организации.

По отношение на потребителите дейността на БНААП в голяма степен се основава на принципа на превенцията. Взаимодействието на асоциацията с потребителите може да се разгледа в контекста на следните ключови дейности, които изпълнява:

- *Изследване на потребителските интереси.* Това изследване обхваща широк кръг от потребителски интереси в областта на храните, здравето, финансите, битова техника, услугите, устойчивото потребление, а също въпроси свързани с фалшивите стоки, пандемията от Covid-19 и др. актуални теми. За тази цел асоциацията провежда редица проучвания и сравнителни тестове на стоки и услуги, като например „Има ли сухо мляко в прясното?“; „Какво съдържат кренвиршите?“; „Качеството на пчелния мед“; „Кои съставки в парфюмите причиняват алергии?“; „Има ли безвредна козметика?“; „Какво трябва обезателно да знаем за детските столчета за кола?“; „Как да разпознаем истинските дезинфектанти?“ и др. Правят се сравнителни тестове на напитки, дрехи, обувки, битова техника, детски

играчки, детски колички и др. Проучванията в областта на услугите включват туризъм, транспорт, Интернет, телевизия, топлоснабдяване, електроенергия и др. Асоциацията, също така, публикува актуални изследвания относно влиянието на потреблението върху околната среда. В този смисъл изключително мотивираща е ролята на БНААП за устойчивото потребление на стоките и услугите, и за насърчаване на съзнателните потребители, които търсят продукти, чрез които ще се намали отрицателното въздействие на консуматорството върху света, като цяло (Петева, 2020).

Резултатите от направените сравнителни тестове и проучвания се качват на сайта на асоциацията, за да се предостави леснодостъпна и максимално пълна информация на потребителите. Чрез тази информация БНААП има за цел да подпомогне потребителите да се ориентират по-лесно в пазарната среда; да предпази потребителите от опасни и фалшиви продукти; да помогне на потребителите да направят информиран избор при закупуването и използването на стоки и услуги; да мотивира потребителите към по-устойчив начин на живот; а в по-широк смисъл да стимулира производството на висококачествени и безопасни продукти, съобразно нарастващите изисквания за защита на човешкото здраве.

• *Проучвания за нелоялни търговски практики, прилагани от търговци към потребители.* Най-общо, нелоялна е търговската практика, която противоречи на изискването за добросъвестност и професионална компетентност от страна на търговеца, и ако променя или е възможно да промени съществено икономическото поведение на потребителя, когото засяга или към когото е насочена (ЗЗП, чл.68г.). Нелоялните търговски практики са заблуждаващи и агресивни. Правните дефиниции и конкретните случаи, в които се констатират такива практики са посочени в ЗЗП. С цел да предпази потребителите от нелоялни търговски практики, БНААП инициира проучвания на пазара, публикува резултатите от тези проучвания, води искове за преустановяване на нелоялни търговски практики и сигнализира компетентните органи.

• *Проследяване на неравноправни клаузи в общите условия на търговците*. Това е друга значима дейност в обхвата на БНААП, тъй като неравноправните клаузи в общите условия на търговците са в ущърб на потребителските интереси. Неравноправна клауза в договор, сключван с потребител, е уговорка във вреда на потребителя, която не отговаря на изискването за добросъвестност и води до значително неравновесие между правата и задълженията на търговеца или доставчика и потребителя (ЗЗП, чл. 143). С цел да предпази потребителите от неравноправни клаузи, БНААП организира обучителни кампании в тази област, провежда тестове, публикува статии с конкретни примери и указания за сключване на потребителски договори, сигнализира контролните органи.

• *Публикуване на списания и брошури на потребителска тематика*. Асоциацията издава множество информационни материали за правата на

потребителите и седмичен информационен бюлетин. Това осигурява достъп на още по-широк кръг от потребители до резултатите от експертни изследвания в областта на потребителската тематика.

Освен с потребителите, БНААП взаимодейства с търговци и представители на фирми, като извършва следните дейности:

• *Организиране и провеждане на обучителни програми*. Тези обучителни програми имат различни цели. Например да запознаят търговците и други експерти с важните аспекти на потребителското право в ЕС; да представят най-новите промени в законодателството, свързано със защита на потребителите; да стимулират малките и средни предприятия да прилагат добри търговски практики, които отговарят на законовите права и интересите на потребителите; да стимулират търговците да участват в процедури за извънсъдебно уреждане на потребителски спорове; да предоставят допълнителни гаранции и възможности на потребителите и др. Може да се каже, че тези обучения оказват влияние върху подобряване качеството на обслужване на потребителите. В този смисъл обучителните програми са изключително полезни за постигане на устойчиви и дългосрочни взаимоотношения между потребителите и търговците.

• *Регистриране на собствена сертификатна търговска марка с наименование „Е-НАДЕЖДЕН“*. Асоциацията има за цел с този знак да отличи българските онлайн търговци, които спазват законовите изисквания по отношение на доставката на стоки чрез договор от разстояние в рамките на страната. Приема се, че търговците, ползватели на този знак, поддържат отговорен и лоялен бизнес, като информират коректно потребителите за условията по договора и спецификите на стоката; участват в производства по извънсъдебно решаване на потребителски спорове; предлагат лесна процедура за отказ от купена стока онлайн; прилагат мерки за защитата на личните данни на потребителите и др. (e-nadejden.bg, 2021). В действителност разработването и използването на този знак е от полза както за потребителите, така и за онлайн търговците. Те се насърчават да спазват законовите изисквания, с което се осигурява по-защитена среда за онлайн пазаруване. Очакваните резултати от това взаимодействие са повече продажби за онлайн търговците и повече доверие на потребителите в онлайн пазаруването.

Ключова роля за ефективността на БНААП имат взаимоотношенията, които поддържа с компетентните институции и международни потребителски организации. БНААП сигнализира контролните органи в случаи на законови нарушения, свързани с правата на потребителите, като например установени нелоялни търговски практики, неравноправни клаузи в общите условия на търговците, установени опасни и фалшиви стоки на пазара и др. БНААП осъществява съвместна дейност и взаимодейства с компетентните институции чрез провеждането на информационни и образователни кампании; разработване на проекти в областта на политиката за защита на

потребителите; участие в работата на помирителните комисии за разрешаване на потребителски спорове и др. Освен това БНААП е член на международни потребителски организации като Consumers International (*Потребителски Интернационал* - световната организация на потребителските организации); BEUC (*Европейска организация на потребителските*); ICRT (*Международна организация за потребителски тестове и проучвания*) и ANEC (*Европейския потребителски глас в стандартизацията*). БНААП, също така, е един от учредителите на първия частен орган за алтернативно решаване на потребителски спорове. Очакваният резултат от тези взаимодействия е нарастване на доверието на потребителите в институциите и организациите, работещи в областта на потребителската защита.

На базата на разгледаната проблематика в доклада, относно дейността на сдруженията за защита на потребителите, може да се обобщят следните по-важни ползи:

- по-пълно, задълбочено и аргументирано информиране на потребителите и обществото по въпроси в областта на потреблението и потребителската защита;
- повече възможности за информиран избор за покупка;
- по-пълноценно използване на потребителските права;
- по-стриктно спазване на законовите изисквания за правата на потребителите;
- подобряване качеството на предлаганите стоки и услуги;
- подобряване качеството на обслужване на потребителите;
- повишаване на потребителската култура;
- повишаване на доверието на потребителите;
- осигуряване на по-защитена среда за онлайн пазаруване и др.

В перспектива може да се очакват и други ползи за потребителите предвид предстоящите промени в европейското и националното законодателство в сферата на потребителските права.

В заключение следва да се отбележи, че тази разработка не изчерпва всички възможни дейности на сдруженията за защита на потребителите. Българска национална асоциация „Активни потребители“ и Федерацията на потребителите в България са изключително динамични сдружения, които активно взаимодействат с потребители, търговци, институции, организации и др. В резултат на това се постигат ползи, които подпомагат защитата на потребителите и допринасят за усъвършенстване на политиката за защита на потребителите, като цяло. По тази причина, изследването на сдруженията на потребителите е изключително важно. Най-значимият резултат от това изследване е осигуряването на максимална защита на потребителите.

Литература

1. Петева, В. (2020). Потребителското поведение в непредвидимото бъдеще – диалектика и предизвикателства. //Сборник с доклади от юбилейната международна научна конференция: Икономическа наука, образование и реална икономика: развитие и взаимодействия в дигиталната епоха. Варна: Издателство „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, с. 198-210.

2. Българска национална асоциация Активни потребители. (2021). [Online] Достъпен на: https://aktivnipotrebiteli.bg (05.07.2021)

3. Е-НАДЕЖДЕН. (2021). [Online] Достъпен на: https://www.e-nadejden.bg (10.08.2021)

4. Закон за защита на потребителите. ДВ, бр. 99 от 9.12.2005 г. , изм. ДВ. бр. 23 от 19 Март 2021 г. [Онлайн] Достъпен на: https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135513678 (05.08.2021)

5. Комисия за зашита на потребителите. (2021). [Online] Достъпен на: https://kzp.bg/data/content/u/18/upload/%2015.pdf (13.08.2021)

6. Министерство на икономиката. (2021). [Online] Достъпен на:
https://www.mi.government.bg/bg/themes/sdrujeniya-na-potrebitelite-326-325.html (05.07.2021)

7. Федерация на потребителите в България. (2021). [Online]
Достъпен на:
https://potrebiteli-bg.org/%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%be%d1%80%d0%b8%d1%8f-%d0%b8-%d1%86%d0%b5%d0%bb%d0%b8/(07.07.2021)