

Consumers, Traders, and the Euro: Interactions and Challenges in the Transition to the Eurozone

Chief Assist. Prof. Dr. Miglena Dushkova
University of Economics - Varna, Varna, Bulgaria
m.dushkova@ue-varna.bg

Abstract

The article presents a current and significant issue by exploring the main challenges faced by consumers and traders during the transition to the Eurozone. In this context, the role of the euro as the single European currency is analysed. The benefits of introducing a single currency within the European Union – both for consumers and for traders, are clarified. The main European and national institutions involved in the process of adopting the euro are outlined, together with the need for the effective implementation of legislation in the fields of consumer protection and fair competition. Special attention is given to issues related to safeguarding the rights and the economic and financial interests of consumers in the context of Bulgaria's transition to the euro. From this perspective, conclusions are drawn regarding the necessity of ensuring adequate safeguards in consumer-trader interactions during the Eurozone accession process.

Keywords: euro, consumers, traders, consumer protection, fair competition, eurozone transition

JEL Code: L81; M38

DOI: 10.56065/IJUSV-ESS/2025.14.2.112

Въведение

Еврото, като единна европейска валута, има ключова роля в осъществяването на икономическата, финансовата и търговската интеграция на Европейския съюз (ЕС). Неговото въвеждане в паричните системи на държавите членки представлява съществен етап от процеса на изграждане и разширяване на еврозоната, която обединява страните от ЕС, приели общата валута. Повече от две десетилетия еврото функционира като инструмент за постигане на по-голяма стабилност в тези държави, въпреки че обществените нагласи често го свързват с прекомерно покачване на инфлацията при промяната на паричната единица (Бобева 2020: 65). От друга страна, ежедневно милиони европейски потребители купуват стоки и услуги, а милиони търговци предлагат продукти, използвайки еврото като единна парична единица, което прави по-ефективно взаимодействието между потребители и търговци¹. Използването на общата европейска валута улеснява и ускорява покупко-продажбите, намалява транзакционните разходи и валутния риск, прави динамиката на цените по-предвидима и улеснява тяхното сравняване. В по-широк смисъл това създава условия за по-лоялна конкуренция и по-прозрачни търговски практики, насочени към потребителите, включително реклами, оферти, промоции, намаления на цените и др. действия на търговците, насърчаващи продажбите на стоки и предоставянето на услуги. Същевременно въвеждането на еврото като официална парична единица поставя нови предизвикателства пред защитата на потребителите, което е предмет на настоящото изследване, а негов обект – взаимодействието между потребителите и търговците в контекста на засилена необходимост от по-комплексна потребителска защита при приемане на еврото в България.

Целта на изследването е да се разгледат проблеми във взаимодействието между потребителите и търговците, произтичащи от процеса на въвеждане на еврото, като специален

¹ При използването на понятието „взаимодействие между потребители и търговци“ в настоящото изследване авторът на разработката взема предвид целия спектър на обслужването, предоставено от търговците на потребителите – преди, по време на и след продажбата, както във физическа, така и в онлайн среда, включително и комуникацията между страните.

акцент се поставя върху предизвикателствата, свързани със защитата на правата и интересите на потребителите при интегрирането на еврото в България.

За постигане на формулираната цел следва да бъдат изпълнени няколко задачи, които очертават и ограниченията на изследването:

- Да се изясни ролята на еврото като единна европейска валута и да се конкретизират ползите за потребителите и търговците, произтичащи от неговото въвеждане в държавите членки.
- Да се разгледа институционалната рамка, свързана с валутния режим и процеса на приемане на еврото в България.
- Да се посочат някои по-важни предизвикателства и перспективи пред защита на потребителите при тяхното взаимодействие с търговците във връзка с приемането на еврото в България.

Актуалността на представената проблематика се обуславя от настоящите промени и предизвикателства пред икономическата, финансовата и търговската среда, свързани с въвеждането на еврото в България. Тези нови промени оказват пряко въздействие върху взаимодействието между потребителите и търговците и го правят по-сложно. Това подчертава необходимостта от изследване на мерките за защита на потребителите, предприети в България, както и степента на тяхното внедряване в търговската практика.

1. Път и роля на еврото

Появата на еврото, като цел и резултат от създаването на Икономическия и паричен съюз (ИПС), е ключов етап в процеса на икономическата интеграция на Европейския съюз – процес, който продължава и до днес. Тя създава условия за изграждането на общ пазар, предоставящ разширяващи се възможности пред потребителите и търговците, а именно свободно движение на стоки, услуги, хора и капитали. Същевременно нарастващата роля на еврото и на ИПС, заедно с динамичното развитие на цифровата трансформация и нейното имплементиране във всички обществени сфери, допринасят както за повишаване на конкурентоспособността и ефективността на националните икономики на държавите членки, така и за по-динамичното развитие на единния цифров пазар на ЕС. Икономическата интеграция на ЕС, обединяваща единната европейска валута и единния цифров пазар, се възприема като стратегическа възможност за развитие на Съюза. Същевременно икономическата интеграция утвърждава принципа на по-тясно взаимодействие между потребителите и търговците, което в условията на множество европейски валути би било значително по-ограничено в своята динамика, особено през граница. Ето защо с преодоляването на това предизвикателство, а именно чрез въвеждането на обща валута за държавите членки, както и с продължаващото стимулиране на електронната търговия, се предоставят благоприятни възможности пред потребителите и търговците, които я използват.

От една страна, пред търговците чрез въвеждането на обща валута се създават перспективи за разширяване на бизнеса и увеличаване на пазарния им дял, както и достъп до повече потребители, включително в онлайн среда, което предоставя допълнителни възможности за прилагане на омниканални стратегии в обслужването. Това от своя страна увеличава и задълбочава взаимодействието между потребители и търговци. От друга страна, пред европейските потребители стоят предимства като спестяване на усилия и време, по-свободно и лесно изпълнение на дейности, осъществявани през граница като пазаруване, пътуване, отдых и почивка, обучение, образование, както и достъп до повече стоки и услуги. Безспорен факт е, че приемането на еврото в повече държави членки, т.е. разширяване на еврозоната, повишава броя на потребителите и търговците, които ползват валутата, а с това нараства нейната употреба и се ускорява обращението ѝ. Вследствие на това търговията става по-ефективна както за потребителите, така и за търговците. Постигат се по-голяма конкурентност на цените на стоките и услугите; предлагат се по-комплексни услуги;

осигурява се по-високо качество на търговското обслужване и повече прозрачност по отношение на търговските практики. Това води до увеличение на продажбите и общо подобряване на икономическите и социалните ефекти на търговската дейност в еврозоната и в целия ЕС.

В исторически контекст са реализирани множество ключови инициативи, които имат пряко отношение и са свързани с развитието на единната европейска валута. Сред тях са подписването на Договора за Европейската икономическа общност (ЕИО) – Treaty of Rome, (European Economic Community 1957); предложението на Европейския съвет за осъществяване на Икономическия и паричен съюз (European Central Bank 2025); подписването на Договора за Европейския съюз (ДЕС), известен като Договора от Маастрихт – Maastricht Treaty, (European Union 1992); формиране на еврозона като концепция за постигане на по-интегриран Европейски съюз; реално въвеждане на еврото в паричната сфера и поетапно разширяване на еврозоната. От тази гледна точка „пътят на еврото“ може да се определи като исторически, а ролята му като стратегически значима за развитието на Европейския съюз, неговите граждани и бизнеса, включително за потребителите и търговците, опериращи на европейския пазар (фигура 1).



Фигура 1. Пътят на еврото: ключови етапи и перспектива

Източник: Обобщения на автора

Целесъобразно е да се подчертае, че задълбочаването на европейската интеграция е стратегическа цел на Договора за ЕИО, а еврото е ключов инструмент за създаването на устойчива европейска икономика. Ролята му е подчертана в Договора от Маастрихт, а в съвременните условия в Договора за функционирането на Европейския съюз (ДФЕС) – Treaty on the Function of the European Union. Въвеждането на еврото в паричните системи на държавите членки, както и взаимодействията между институции, потребители, търговци и други лица, които поражда, води до редица предизвикателства. Те са резултат от следните постижения на европейско ниво:

- Утвърждаване на Икономическия и паричен съюз.
- Създаване на обща европейска валута.
- Дефиниране на критерии, доказващи готовността на държавите членки да приемат еврото за своя парична единица – критериите за конвергенция.

Процесът по реализация на ИПС, включващ въвеждането на обща валута в държавите членки, е една от стратегическите целите на ЕС. Тази цел е заложена в Договора от Маастрихт, като необходимостта от нейното осъществяване е предмет на множество дискусии на високо европейско ниво още преди подписването на договора. В резултат на това през 1988 г. Европейският съвет потвърждава реализирането на процеса по осъществяването на ИПС. Той се изпълнява в три етапа, въз основа на Доклада за Икономическия и паричен съюз (Report on

Economic and Monetary Union in the European Community), изготвен от Комисията за изследване на Икономическия и паричен съюз (Committee for the Study of Economic and Monetary Union 1989). Ключов момент в изпълнението на първия етап от ИПС е премахването на всички ограничения относно движението на капитали между държавите членки (от 1 юли 1990 г.), а във втория – създаването на Европейска Централна Банка (ЕЦБ). Създаването и развитието на еврозона, включваща държави с единна валута, е част от последния, трети етап на ИПС, който започва на 1 януари 1999 г.

Идеята за създаването и въвеждането на обща европейска валута е институционализирана като политическо решение в Договора от Маастрихт. В този договор за първи път официално се формулира правното основание за създаването на единна валута, която няколко години по-късно получава наименованието „евро“ (euro). Именно идеята за еврото постепенно се трансформира и се превръща в част от концепцията за създаване на еврозоната, която позволява на ЕС да разполага с изключителна компетентност в областта на паричната политика на държавите членки, чиято парична единица е еврото (чл. 3 от ДФЕС 2012). Еврозоната започва своето функциониране през 1999 г., а реално евровалутата се включва в обращение през 2002 г., когато за първи път са пуснати 8 милиарда евробанкноти и 38 милиарда евромонети, за да „влязат“ в европейските банкови трезори, касовите апарати и портмонетата на потребителите (European Union 2023).

Критериите, доказващи готовността на държавите членки да приемат и внедрят еврото като своя официална парична единица (критериите за конвергенция), са известни в институционалните среди като Маастрихтски критерии. Те се отнасят до следното (чл. 109j от ДЕС 1992): първо, постигане на висока степен на ценова стабилност; второ, устойчивост на публични финанси на държавата; трето, стабилност на обменния курс; четвърто, устойчивост на постигната конвергенция. Понастоящем тези критерии са официално формулирани в Договора за функционирането на Европейския съюз (чл. 140 от ДФЕС 2012), а конкретните им количествени измерители (инфлация, бюджетен дефицит, дълг, лихви и валутен курс) и сроковете за тяхното постигане са посочени в Протокол (№13), приложен към ДФЕС (Протокол №13 към ДФЕС 2016).

През периода 1999 г. – 2023 г. еврото, като официална парична единица, е прието от следните държави членки: Австрия, Белгия, Германия, Ирландия, Испания, Италия, Люксембург, Нидерландия, Португалия, Финландия, Франция, Гърция, Словения, Кипър, Малта, Словакия, Естония, Латвия, Литва и Хърватия. Държави като Полша, Чехия и Унгария все още не са приели единната европейска валута, а към настоящия момент България е в процес на нейното въвеждане. По принцип приемането на еврото в България и присъединяването на страната към еврозоната се очаква да донесе редица ползи. Те са широко дискутирани в икономическата литература, сред които повишена стабилност на икономиката, по-високо доверие в страната, намаляване на транзакционните разходи, по-добър достъп на банките до финансиране, както и ограничаване на спредовете между лихвените равнища в страната и тези в еврозоната (Камеларов 2018).

Разширяването на еврозоната увеличава както броя на потребителите и търговците, така и на други икономически участници, използващи общата валута. По този начин се осигурява по-висока динамика при употребата на еврото, което се позиционира като една от най-използваните валути в света. Стабилният международен дял на еврото спрямо останалите водещи международни валути, сред които щатският долар, японската йена и китайският ренминби, е от изключително значение в контекста на глобализацията и все по-ускорената дигитализация на икономиките в световен мащаб.

Данните на Банката за международни разплащания (Bank for International Settlements – BIS), Международния валутен фонд (International Monetary Fund – IMF), Обществото за световни междубанкови финансови телекомуникации (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication – SWIFT) и изчисленията на Европейската Централна Банка

(European Central Bank – ECB calculations), публикувани на официалния уебсайт на Съвета на Европейския съюз (Council of the European Union) и на Европейския съвет (European Council), показват, че еврото заема второ място след щатския долар (Council of the European Union 2024). Единната европейска валута през 2024 г. формира 19,8% от световните валутни резерви, 22,5% от международния дълг, 26,0% от международните заеми, 23,3% от международните депозити и 30,54% (по данни към 2022 г.) от транзакциите във валута. Тези индикатори демонстрират високо доверие към еврото и разкриват ролята му като една от най-предпочитаните валути както за финансиране и кредитиране, така и за спестявания в международни банки. Освен това еврото се утвърждава като едно от водещите средства за осъществяване на международни разплащания (формира над една трета от всички валутни сделки). От тази позиция следва да се подчертае, че еврото прави по-ефективна икономиката на ЕС и съответно засилва неговата роля в глобалната икономика.

Ролята на еврото, като устойчива международна валута, предоставя повече гаранции и сигурност на потребителите, улеснява международните им разплащания, спестява време и разходи, свързани с транзакции през граница, а също предоставя повече възможности за сравняване на цените на стоките и услугите, предлагани в различни държави на ЕС. При разплащания в евро, търговците се възползват от по-благоприятни финансови условия, тъй като се генерират по-ниски транзакционните разходи, както и се улесняват счетоводните операции поради отпадане на необходимостта от превалутиране. Освен това еврото осигурява по-лесен достъп на бизнеса до международни пазари, повишава неговата конкурентоспособност и не на последно място – води до значително ограничаване на риска от финансови загуби заради промени във валутните курсове.

Еврото, освен че се използва ежедневно от потребителите и съпътства разплащанията на търговците в 20 държави членки, е широко разпространена валута в други държави и територии от Карибския басейн, Индийския и Атлантическия океан, а в Черна гора е фактическа валута, без страната да е член на ЕС (European Union 2023). Всички държави членки имат право да приемат и използват еврото при изпълнение на критериите за конвергенция, дефинирани в ДФЕС. Следва да се подчертае, че дигитализацията, която повишава ефективността на процесите в институциите (Nedyalkova 2025: 431) и по принцип улеснява въвеждането на нови практики и промени, има пряко значение за процеса по въвеждането и адаптирането на еврото като официална парична валута. Стратегическо значение в това отношение имат дигитализацията на търговията (осъществена чрез онлайн платформи, мобилни приложения и уебсайтове) и цифровите иновации, приложими в търговското обслужване (реализирани чрез внедряването на изкуствен интелект и Интернет на нещата). Тези дигитални иновации улесняват възприятията на потребителите при смяната на паричната единица, тъй като автоматично актуализират и превалутират цените на стоките и услугите, осигуряват по-бърз и надежден достъп до информация, свързана с прехода към новата валута, подпомагат по-добрата ориентация в процеса на адаптация и допринасят за повишаване на увереността при последващото използване на еврото.

В обобщение, динамичното използване на еврото в държавите членки и разширяването на еврозоната формират следните основни предимства за потребителите и търговците:

- За потребителите: улеснен достъп до повече стоки и услуги; по-лесна мобилност и онлайн пазаруване; икономия на време и разходи при разплащания през граница; преодоляване на валутните бариери; повече финансова сигурност; по-голяма прозрачност на цените и изобщо по-добра предвидимост на ценовите промени на стоките и услугите; по-конкурентни цени; по-комплексни услуги и др.
- За търговците: по-лесен достъп до единния европейски пазар; по-ефективни онлайн продажби и като цяло по-улеснена трансгранична търговия; по-опростени разплащания; по-висока конкурентоспособност; по-добра предвидимост на разходите

и формиране на по-стабилни цени; преодоляване на валутния риск при промени във обменния курс и др.

Ключов ефект от въвеждането на еврото в държавите членки и разширяването на еврозоната е постигането на по-висока степен на взаимодействие между потребителите и търговците, което прави европейската търговия по-динамична и ефективна. В резултат на това нараства ролята на еврото и възможностите за по-активното му използване при разплащания в световната търговия.

2. Институции, свързани с валутния режим и въвеждане на еврото в България

В България обществените отношения, свързани с валутния режим, а именно осъществяването на валутните операции и регламентирането на правомощията на институциите, които ги контролират, се уреждат от Валутния закон (ВЗ). Неговата основна цел е да гарантира стабилността на финансовата система, прозрачността на паричните потоци, преминаващи през границата на страната, както и да осигури превенция на злоупотреби и финансови измами. Законът предвижда защита в следните насоки (чл. 1, т. 1–7 от ВЗ 2025):

- осъществяване на сделки и плащания, обхващащи икономическите и финансовите отношения между местни и чуждестранни лица;
- презгранични преводи и плащания, извършени през банки и извън тях чрез платежни институции, предлагащи разнообразни финансови услуги като обслужване на парични преводи и сметки, издаване на физически и дигитални карти за разплащания, съхранение на електронни пари, създаване и управление на дигитални портфейли и дигитални пари, извършване на международни преводи и др.;
- осъществяване на сделки с чуждестранна валута по занятие, което се отнася до покупко-продажбата (обмяната) на чуждестранна валута като част от предметната дейност на банки и други финансови организации;
- извършване на сделки с благородни метали и скъпоценни камъни и изделия с тях и от тях по занятие, и тяхната преработка, което регламентира осъществяването на търговска дейност с този вид продукти, подлежащи на контрол заради високата им стойност и други финансови и данъчни особености;
- пренасяне на придружени или непридружени парични средства през границата на страната, за да се гарантира прозрачност при движението на капитали, както и да се противодейства на данъчни и финансови измами;
- събиране, поддържане и предоставяне на статистическа информация за платежния баланс и международната инвестиционна позиция на страната. По този начин се позволява достъп до определена информация за състоянието на икономиката и банковата система на страната, което е израз на открита икономическа и финансова политика;
- упражняване на валутен контрол чрез поддържане на система от мерки, правила и процедури, регламентиращи и регулиращи финансовите операции, свързани с реализирането на валутния режим в страната.

Всички посочени по-горе дейности, които са предмет на Валутния закон, регулират валутните операции и осигуряват стабилност на икономиката на страната. Това създава предвидима и защитена среда на взаимодействие между всички икономически участници, включително между потребителите и търговците. Ролята на институциите, прилагащи законодателството в тази област, се свежда до следните основни постижения и резултати:

- осигуряване на стабилност по отношение на националната валута;
- гарантиране на фиксиран курс на българския лев към еврото;
- регламентиране на правилата за извършване на сделки и плащания през границата на страната;
- осигуряване на контрол върху международните сделки;

- осъществяване на надзор и контрол върху платежните институции в небанковия (финансов) сектор;
- превенция и противодействие срещу нелоялни практики, свързани с финансови измами и престъпления.

В контекста на въвеждане на еврото в България, ролята на институциите се разширява с приемането на Закона за въвеждане на еврото в Р. България (ЗВЕРБ). Този закон регламентира техническите правила за замяна на лева с еврото, като определя конкретни процедури и срокове, които търговците трябва да спазват при взаимодействие с потребителите, включително по отношение на маркетинга и рекламата, комуникацията, следпродажбеното обслужване при упражняване правото на отказ от покупка и др. Основните принципи и правила на закона са насочени към осигуряване на защита в следните насоки (чл. 6–13 от ЗВЕРБ 2025):

- защита на потребителите – превалутирането на цените (от лева в евро) не може да поставя потребителите в по-неблагоприятно финансово положение (отколкото биха били, ако еврото не е въведено). Прилагането на този принцип защитава финансовите интереси на потребителите в условията на преход към еврото, като при взаимодействието им с търговците се гарантира коректно превалутиране на цените и прозрачно ценообразуване на стоките и услугите, което спомага за запазване на тяхната покупателна способност.
- информираност – предоставяне на ясна, точна и своевременна информация на потребителите за принципите, правилата и процедурите за въвеждане на еврото. Този аспект на закона подпомага адаптацията на потребителите към въвеждането на еврото, като гарантира информираност и прозрачност при вземане на решения за покупка във физическа и онлайн среда.
- постигане на ефективност и икономичност – ефективно и целесъобразно въвеждане на еврото в съответствие с приложимите актове на Европейския съюз в областта на защитата на потребителите. Прилагането на този принцип, освен че гарантира оптимално и целесъобразно въвеждане на еврото, утвърждава изискването на Европейския съюз законодателството да обхваща и защитава интересите на потребителите в хоризонтален аспект (Peteva & Dushkova 2021), т.е. при въвеждане на еврото са взети под внимание техните интереси и защита.
- прозрачност – процесът на въвеждане на еврото следва да се извършва по прозрачен начин, което обхваща действията на институциите, органите и лицата, участващи в него. Принципът обхваща целия континуум от участници в този процес – от институциите до търговците и потребителите. Целта е да се изгради както доверие в обществото по отношение на работата на институциите, свързани с процеса на внедряване на еврото и с контрола върху неговото въвеждане, така и доверие в потребителите при взаимодействието им с търговците във физическа и онлайн среда.
- коректно превалутиране – свързано е с технически и търговски операции (обозначаването на цените върху етикети) при въвеждане на еврото с цел осигуряване на приемственост между двете валути (от лева в евро). Спазването на принципите, свързани с превалутирането, гарантират точно и коректно визуализиране на цените на стоките и услугите, което е израз на лоялна комуникация с потребителите, както и гаранция за защита на техните финансовите интереси в процеса на преход към еврото.

Прилагането на ЗВЕРБ безспорно подпомага защитата на потребителите, като поставя фокус върху техните финансови интереси. В по-широк смисъл законът осигурява, макар и косвено, защита на търговците от нелоялни действия от страна на техни конкуренти, тъй като ограничава възможностите за злоупотреби в практиките на големите търговци на дребно (Димитрова 2024). Въз основа на прилагането на новия закон за въвеждане на еврото в

България достиженията на институциите, ангажирани с управлението на валутния режим и процеса по приемане на единната валута, се актуализират и разширяват в следните насоки:

- хармонизиране на законодателството (адаптиране на правната рамка към изискванията на еврозоната);
- организация и координация между работата на институциите в България и специализираните в областта европейски органи и организации (Европейска комисия, Европейска централна банка и др.);
- готовност на финансовия сектор да отговори на предизвикателствата при внедряване на еврото;
- публично и обществено разясняване на процеса по подготовка на България за членство в еврозоната, включително провеждане на дискусии относно постигнатите резултати по критериите за конвергенция, доказващи готовността на страната да приеме еврото за своя парична единица;
- провеждане на информационни кампании, насочени към търговските бизнеси, относно новите законови изисквания и разширената нормативна рамка в областта, включително във връзка със защита на потребителите при въвеждане на еврото;
- инициране на активна и широкообхватна информационна кампания, насочена към потребителите, с фокус върху начина на обозначаване на цените, разясняване на двойното им обозначаване (в лева и евро), предупреждения за възможни нелоялни търговски практики в процеса на въвеждане на еврото;
- засилен контрол и координация между институциите на национално ниво при извършването на проверки за нарушения в ущърб на финансовите интереси на потребителите и на лоялната конкуренция в бизнеса;
- проучване и интегриране на добри примери по отношение на търговските практики с цел насърчаване на тяхното прилагане от търговците в процеса на внедряване на еврото;
- превенция в помощ на търговците за спазване на изискванията на законодателството в полза на правата, икономическите и финансовите интереси на потребителите при приемане на еврото и присъединяване на страната към еврозоната.

Министерството на финансите (МФ) и Българската народна банка (БНБ) са основните органи, които провеждат и координират политиката в областта на държавните финанси и паричната система. Те имат подчертана роля и стратегическо значение в прехода на икономиката на страната към еврозоната. В постоянна връзка и координация с посочените институции (и най-вече с МФ) функционират и други органи, които осъществяват надзор и контрол върху процеса на въвеждане на еврото в България. Националната агенция за приходите следи за недопускане на злоупотреби и грешки, които биха могли да възникнат при въвеждане на еврото (например издаване на разплащателни документи с неправилно преобразувани цени). Освен това агенцията подпомага процеса чрез провеждане на информационни кампании, насочени към разясняване на правилата и процедурите при извършване на финансови и данъчни операции, включително разплащания, подаване на декларации и оформяне на годишни отчети.

Друга група институции, които осъществяват контрол и регулират процеса на въвеждане на еврото в България, са Комисията за защита на конкуренцията и Комисията за защита на потребителите. Основната им роля е да гарантират прозрачност при въвеждане на еврото и да осигуряват ефективна потребителска защита. Прилагането и спазването на ЗВЕРБ от страна на търговците демонстрира, че законът се прилага ефективно и се реализира една от основните му цели, а именно гарантиране на правата на потребителите и защитата на техните икономически и финансови интереси при замяната на лева с еврото. Освен това ефективното прилагане на ЗВЕРБ допринася за осъществяването на по-лоялна конкуренция между търговците, опериращи на българския пазар, който е неразделна част от вътрешния пазар на

ЕС. В този смисъл ЗВЕРБ се явява допълнителна гаранция за правилното функциониране и устойчивостта на вътрешния пазар на ЕС.

Законодателството за защита на конкуренцията и законодателството за защита на потребителите оказват влияние върху поведението на търговците, като моделират и ограничават рамките на търговските практики, които трябва да отговарят на правата и икономическите интереси на потребителите. В тази връзка следва да се отбележи, че началото на европейското законодателство, свързано с потребителските проблеми, започва именно като част от правото в областта на конкуренцията (Варадинов 2014), т.е. тези две правни сфери са тясно свързани, взаимодействат си и формират общи ефекти, които усилват тяхното въздействие в отговор на предизвикателствата и проблемите, които решават.

Комисията за защита на конкуренцията защитава интересите на потребителите в случаи на злоупотреби от предприятия с монополно или господстващо положение, включително при налагане на цени или прилагане на други нелоялни търговски условия (чл. 21 от ЗЗК 2025), каквито рискове могат да се проявят и в процеса по въвеждане на еврото в България. Много по-широк е обхватът на потребителската защита, осъществявана от Комисията за защита на потребителите. В този процес КЗП следи за нарушения, свързани с двойното обозначаване на цените и за други нередности, които могат да подвеждат или заблудят потребителите при вземане на решение за покупка. Благодарение на дигитализираните си услуги КЗП улеснява взаимодействието с потребители, желаещи да подадат жалби и сигнали в случаи на нарушени потребителски права (Peteva & Dushkova 2019). Понастоящем, наред с вече познатите и утвърдените дигитализирани услуги на комисията, се реализират и нови, разработени специално с цел да подпомогнат защитата на потребителите в етапа на въвеждане на еврото. Сред тях е онлайн визуализирането на текущия (ежедневен) мониторинг върху индивидуалните продажни цени на стоките, включени в „голямата потребителска кошница“ (КЗП 2025). Големите търговски вериги са задължени регулярно да публикуват на уебсайтовете си и да изпращат на КЗП актуална информация за цените на дребно на стоките, които предлагат (чл. 55б от ЗВЕРБ 2025). Това законово изискване разширява осведомеността на потребителите относно динамиката на цените на стоките и действа като инструмент за противодействие на нелоялно ценообразуване от страна на търговците на дребно. Същевременно този дигитален инструмент съдейства за адаптирането на търговските практики към условията, при които функционират големите търговски вериги в еврозоната. С други думи – допринася за хармонизиране на стандартите в обслужването на потребителите, което е свързано и с повишаване на тяхната защита и представлява гаранция за качеството на търговското обслужване.

Освен посочените институции в страната работят и други, които имат своята роля и значение за осигуряването на благоприятни условия за въвеждане на еврото. На европейско ниво институциите, които имат отношение към този процес, са най-вече Европейската комисия и Европейската централна банка. ЕК има стратегическа роля за присъединяването на България към еврозоната. Комисията контролира и координира целия процес, свързан с въвеждане на еврото, включително оценява готовността на страната за членство. ЕЦБ осъществява надзор върху банковия сектор и контрол върху стабилността на еврото.

3. Предизвикателства пред защитата на потребителите при въвеждане на еврото – българският контекст

Въвеждането на еврото в България ще продължи да оказва огромно влияние върху потребителите и търговците през предстоящите години. Следва да се подчертае, че този процес е изключително сложен и динамичен и безспорно дава отражение върху политиката за защитата на потребителите. Това обективно обуславя необходимостта от интегриране на нови правила и принципи, които да гарантират по-комплексна защита на потребителите в България. Една част от тези нови правила са свързани с актуализирането на закона за защита на

потребителите, а други – с приемането на новия закон за въвеждане на еврото, който е разгледан по-горе в изложението.

Новите законови правила усилват защитата на потребителите, като противодействат на злоупотреби, които биха могли да се проявят в търговските практики, подпомагат предотвратяването на нарушения при ценообразуването и спекулации с цените, както и ограничават дезинформацията. Ключов момент за защитата на правата, икономическите и финансовите интереси на потребителите в процеса на въвеждане на еврото са гаранциите за коректна информация и неподвеждащо обозначаване на цените на стоките и услугите. Правото на информация е основно право, което, през призмата на търговското обслужване, се осъществява чрез комуникацията между потребителите и търговците, а потребителите разчитат и вярват в коректната комуникация с тях и на цените, които обявяват (Душкова 2025: 116-117). Следователно имплементирането на новите законови правила и принципи трябва да надгражда и засилва защитата на потребителите по отношение на предотвратяването на информацията и обозначаването на цените.

В ЗЗП са посочени задълженията за предоставяне на информация (чл. 4–8 от ЗЗП 2024). В перспектива се очаква стоките и услугите да могат свободно да бъдат купувани в евро от търговската мрежа и онлайн при същите условия и законови изисквания за информираност относно естеството и характеристиките на продуктите, включително изискването за наличието на вярна, пълна, четлива, ясна и разбираема информация за крайната цена. Към настоящия момент, заради предстоящото превалутиране, цените на стоките и услугите следва да съдържат информация за стойността им в евро. Това е възможно благодарение на новия закон за въвеждане на еврото и на актуализацията на ЗЗП в тази област. Новите законови правила ще дадат по-голяма сигурност на потребителите, но и на търговците, при извършването на покупки и продажби в България по време на прехода към еврото и след присъединяването към еврозоната. На всички лица ще се предостави законова възможност да бъдат информирани дали обявените парични суми в евро съответстват на левовата им равностойност. Така гаранциите в правата на потребителите ще са по-прозрачни при използването на еврото като официална парична единица в България. Същевременно новите правила са предпоставка за създаване на нови предизвикателства пред търговците в процеса на обслужване на потребителите с оглед прилагането на основните принципи, формулирани в ЗВЕРБ, сред които с подчертано значение и на първо място е принципът на защитата на потребителите.

Значима и следователно благоприятна промяна в полза на защитата на потребителите е изискването за двойното обозначаване на цените на стоките и услугите, т.е. визуализирането им в левове и в евро. Тази мярка подпомага възприятията на потребителите относно предлагането на стоките и услугите в единната европейска валута. Законното изискване за двойното обозначаване на цените се прилага от 8 август 2025 г. и ще продължи да действа до 8 август 2026 г. В ЗЗП са посочени както законовите задължения за етикетирание на стоките (чл. 9–14 от ЗЗП 2024) и обозначаването на цените (чл. 15–18 от ЗЗП 2024), така и новите правила в тази насока. Благодарение на последните изменения в ЗЗП и ефективното им имплементиране в търговската практиката, цената на стоката трябва да бъде посочена в евро (чл. 19 от ЗЗП 2024). Новият закон – ЗВЕРБ, надгражда действието на ЗЗП със законното изискване цените на стоките и услугите в лева и евро да бъдат поставени в непосредствена близост, да се изписват ясно, четливо, недвусмислено и лесно разбираемо, да са еднакво форматираны, за да не въвеждат потребителите в заблуждение (чл. 16 от ЗВЕРБ 2025). Следва да се подчертае, че двойното обозначаване на цените се прилага както за стоките и услугите във физическите магазини, така и за продуктите, предлагани на сайтове за онлайн търговия, в брошури, каталози и на всички други места, позволяващи визуализация на цената (например на витрина).

Друга важна промяна, в процеса на въвеждане на еврото и в полза на потребителите, е прилагането на нови правила при създаването, излъчването и насочването на търговските съобщения и рекламата, включително съобщенията за намаляване на цените на стоките и услугите в периоди на промоция. Изискването цените на рекламираните стоки и услуги да бъдат представяни само в левове (до официалната дата на въвеждане на еврото), когато рекламата се излъчва устно (чл. 16, ал. 4 от ЗВЕРБ 2025), има за цел да предотврати объркване у потребителите, да ги защити от заблуждаваща реклама, а също да адаптира комуникацията и взаимодействието между потребителите и търговците. Същият ефект в подкрепа на правата на потребителите и коректната комуникация с търговците се наблюдава и по отношение на правилата за обозначаването на цените на намалените продукти – изписва се в лева и евро единствено крайната цена, която потребителите трябва да заплатят след отстъпката (чл. 18 от ЗВЕРБ 2025). Това означава, че новите законови правила за защита на потребителите разширяват потенциала на търговските съобщения, рекламата и елементите на промоционалния микс, както и на маркетинговата комуникационна стратегия (Kotler & Armstrong 2021). Те могат да бъдат използвани от търговците не само за стимулиране на продажбите, но и като инструмент за създаване на позитивна нагласа у потребителите в прехода между двете валути (лев към евро). Ясното насочване на търговските съобщения и рекламата, както и коректното обявяване на ценовите намеления в периода на двойно обозначаване на цените на стоките и услугите, могат да формират доверие в потребителите по отношение на прозрачността на търговските практики. Създаването и поддържането на доверие от страна на потребителите в търговците по време на въвеждането на еврото е важен елемент на стратегията за ефективно развитие на икономическата интеграция на ЕС.

Потребителите ще бъдат непосредствено повлияни и от новите законови правила в периода на двойно обращение на лева и еврото. Новите разпоредби имат пряко отношение към защитата на финансовите интереси на потребителите. В този контекст потребителската защита значително ограничава възможностите за злоупотреби от страна на търговците. През периода на двойно обращение, при рекламация и връщане на стока, търговците следва да възстановят на потребителите заплатената сума в евро – точно по фиксирания курс, независимо от валутата (левове или евро), използвана при извършване на покупката (чл. 25, ал. 3 от ЗВЕРБ 2025). Този аспект на закона, в съчетание с правилата за превалутиране и закръгляне на паричните суми (чл. 12–13 от ЗВЕРБ 2025), гарантира финансовите интереси на потребителите в процеса на следпродажбено обслужване от страна на търговците (например при изпълнението на рекламации, гаранции, отказ от покупка и др.). Контролът в тази област на потребителската защита предвижда засилени правомощия на институциите спрямо търговци, които нарушават правилата за двойно обращение и ощетяват потребителите чрез некоректно превалутиране и, следователно, чрез неправилно възстановяване на парични суми.

За да се гарантира правна, но и техническа, точност и сигурност, в периода на двойно обращение на лева и еврото, всички операции по разплащанията в брой, осъществени чрез автоматизирани търговски обекти, ще се извършват в евро – в евробанкноти и евромонети (чл. 25, ал. 4 от ЗВЕРБ 2025). В тази група търговски обекти попадат вендинг автоматите (за продажба на хранителни стоки и безалкохолни напитки като закуски, сладкарски изделия, бутилирана вода, кафе, а също и за нехранителни стоки), автомати за някои лекарства, за билети за градски транспорт, паркинг автомати, автомати за автомивки и др. В практически измерения, при автоматизираните търговски обекти, което предполага и автоматизирано самообслужване, т.е. отсъства търговски или друг персонал при осъществяването на продажбата, тя се управлява от клиента (Стоянов 2024) или потребителя на услугата. От гледна точка на операциите по разплащанията в брой чрез автомати, устройства и системи на самообслужване, използването единствено на евро в периода на двойното обращение на двете валути гарантира финансовите интереси на потребителите при избора им на този метод (или канал) за покупка на стоки и услуги.

Защита на правата и интересите на уязвимите групи потребители е друга важна част от политиката за защита на потребителите. Този въпрос по принцип е изключително сложен и се взема под внимание по отношение на търговските практики. В преамбюла на Директивата за нелоялни търговски практики (Directive 2005/29/EC) се съдържа тълкувание относно насочването на търговски практики към уязвимите потребители (например деца, възрастни хора), което е транспонирано в българското законодателство чрез ЗЗП (чл. 68г, ал. 2 от ЗЗП 2024). В етапа на въвеждане на еврото в България, несъмнено, уязвимите потребители са изложени на още по-големи рискове при взаимодействие с търговците и техните практики. Защитата им се реализира чрез регулаторните рамки на общото законодателството. Следва да се отбележи, че действието на Европейския акт за достъпност (Directive 2019/882), който гарантира достъпността на определени продукти и услуги в ЕС, включително достъпността на електронната търговия, също подпомага, макар и косвено, адаптацията на хората с увреждания към въвеждането на еврото в търговската практика (например при двойното обозначаване на цените, при насочването на търговските съобщения и рекламата). Безспорно въвеждането на еврото в България допълнително усложнява защитата на правата, икономическите и финансовите интереси на уязвимите потребители. Ето защо през този преходен период контролът от страна на институциите върху дейността на търговците и техните практики следва и се очаква да бъде засилен.

В обобщение може да се каже, че основните права и икономическите интереси на потребителите в България се осигуряват чрез Закона за защита на потребителите. В контекста на прехода към еврото и присъединяването към еврозоната силна страна в развитието на политиката за защитата на потребителите е приемането на Закона за въвеждане на еврото в Р. България, който поставя акцент върху защитата на финансовите интереси на потребителите. Синхронизирането на политиката в тази област с приоритетите за развитие на Европейския съюз създава условия, от една страна – за по-пълноценно адаптиране към ефектите от въвеждането на еврото, а от друга – за гарантиране на прозрачни и лоялни търговските практики.

Заклучение

В заключение следва да се отбележи, че настоящото изследване не изчерпва всички възможни взаимодействия между потребителите и търговците, както и произтичащите от тях предизвикателства в процеса на въвеждане на еврото в България и интеграцията на страната към еврозоната. Както бе посочено по-горе, това е и ще продължава да бъде сложен и динамичен процес, което предполага неговото непрекъснато изследване във всичките му аспекти. Разширяването на еврозоната е значимо предизвикателство както за Европейския съюз, така за и отделните държави членки, включително за България, особено по отношение на въвеждането на еврото и прилагането на засилени мерки за защита на потребителите в този процес. Ето защо въвеждането на единната европейска валута, съпроводено с хармонизирано законодателство в областта на потребителската защита, има ключово значение за улесняване и ускоряване на взаимодействието между потребителите и търговците, както и за насърчаване на търговията, която би била по-затруднена при използването на различни национални валути в рамките на ЕС.

Източници

1. Committee for the Study of Economic and Monetary Union. (1989). *Report on Economic and Monetary Union in the European Community*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. [Online] Available from: <https://eurocid.mne.gov.pt/sites/default/files/repository/paragraph/documents/27448/report-economic-and-monetary-union-european-gpeudorpdfa1bcb5689401enc001.pdf> [Accessed 13/08/2025].

2. Council of the European Union. (2024). *International role of the euro*. [Online] Available from: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/international-role-euro/> [Accessed 24.10.2025].
3. Dimitrova, V. (2024). *Evolutsiya na dogovornata sila na targovskite predpriyatiya (po primera na targoviyata s potrebitelski stoki)*. Biblioteka „Prof. Tsani Kalyandzhiev“, kn. 99. Varna: Nauka i ikonomika.
4. European Central Bank. (2025). *Economic and Monetary Union*. [Online] Available from: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/history-arts-culture/history/emu/html/index.en.html> [Accessed 15/08/2025].
5. European Economic Community. (1957). *Treaty establishing the European Economic Community (Treaty of Rome)*, 25.03.1957. [Online] Available from: EUR-Lex: <http://data.europa.eu/eli/treaty/teec/sign> [Accessed 28/06/2025].
6. European Parliament and Council. (2005). *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market*. OJ L 149, 11.6.2005, pp. 22–39.
7. European Parliament and Council. (2019). *Directive (EU) 2019/882 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on the accessibility requirements for products and services*. OJ L 151, 07.06.2019, pp. 70–115.
8. European Union. (1992). *Treaty on European Union (Maastricht Treaty)*, 07.02.1992. OJ C 191, 29.07.1992, pp. 1–112. [Online] Available from: EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A11992M%2FTXT>, [Accessed 17/08/2025].
9. European Union. (2012). *Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union*. OJ C 326, 26.10.2012, pp. 47–390. [Online] Available from: EUR-Lex: http://data.europa.eu/eli/treaty/tfeu_2012/oj [Accessed 12/10/2025].
10. European Union. (2016). *Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union: Protocol (No 13) on convergence criteria*. OJ C 202, 07.06.2016, pp. 281–282. [Online] Available from: EUR-Lex: http://data.europa.eu/eli/treaty/tfeu_2016/pro_13/oj [Accessed 12/10/2025].
11. European Union. (2023). *A short guide to the euro*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2765/111126>.
12. Kamelarov, A. (2018). Dalgiyat pat na Bulgariya kam evrozonata. *Izvestia Journal of the Union of Scientists – Varna. Economic sciences series*, 7(2), 78–89.
13. Komisiya za zashtita na potrebitelite. (2025). *Kolko struva – portal za monitoring na tseni*. [Online] Available from: <https://kolkostruva.bg/> [Accessed 03/11/2025].
14. Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. 18th Global ed. Harlow: Pearson.
15. Nedyalkova, P. (2025). Challenges in the application of indicators for assessment of effectiveness as a result of the digitalisation of processes in control institutions. In D. Ertuğrul & A. Elçi (Eds.), *Cutting-Edge Technologies for Business Sectors*. IGI Global Scientific Publishing, 429–460. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9586-8.ch015>.
16. Peteva, V., & Dushkova, M. (2019). The role of digitalization in consumer protection in Bulgaria. *Izvestia Journal of the Union of Scientists – Varna. Economic sciences series*, 8(2), 37–46. <https://doi.org/10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.2.37>.
17. Peteva, V., & Dushkova, M. (2021). Organizations for consumer protection and their growing role in modern conditions. *Izvestia Journal of the Union of Scientists – Varna. Economic sciences series*, 10(2), 136–147. <https://doi.org/10.36997/IJUSV-ESS/2021.10.2>.
18. Stojanov, M. (2024). *Izvanmagazinnite formi na targoviya na drebno v Bulgariya*. Biblioteka „Prof. Tsani Kalyandzhiev“, kn. 95. Varna: Nauka i ikonomika.
19. Valuten zakon. (1999). *Darzhaven vestnik*, br. 83 ot 21.09.1999 g., posl. izm. DV, br. 49 ot 17.06.2025 g. [Online] Available from: <https://lex.bg/laws/ldoc/-12802047> [Accessed 26/09/2025].

20. Varadinov, O. (2014). *Neloyalni targovski praktiki v odnosheniyata targovets–potrebiteľ*. Sofia: Sibi.
21. Zakon za vavezhane na evroto v Republika Balgariya. (2024). *Darzhaven vestnik*, br. 70 ot 20.08.2024 g., izm. i dop. DV, br. 65 ot 08.08.2025 g. [Online] Available from: <https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2137244903> [Accessed 28/09/2025].
22. Zakon za zashtita na konkurensiyata. (2008). *Darzhaven vestnik*, br. 102 ot 28.11.2008 g., posl. izm. i dop. DV, br. 95 ot 07.11.2025 g. [Online] Available from: <https://lex.bg/laws/ldoc/2135607845> [Accessed 17/11/2025].
23. Zakon za zashtita na potrebitelite. (2005). *Darzhaven vestnik*, br. 99 ot 09.12.2005 g., posl. izm. DV, br. 70 ot 20.08.2024 g. [Online] Available from: <https://lex.bg/laws/ldoc/2135513678> [Accessed 05/10/2025].