



УНИВЕРСИТЕТ  
ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО  
СТОПАНСТВО



НАРОДНО СЪБРАНИЕ  
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ  
КОМИСИЯ ПО ЗЕМЕДЕЛИЕТО И ГОРИТЕ

# **ПРОМЕНИТЕ В ОБЩАТА СЕЛКОСТОПАНСКА ПОЛИТИКА И ПОЗИЦИЯТА НА БЪЛГАРИЯ**

научно-практическа конференция

14 май 2008 г., УНСС, София

**ПРОГРАМА**

10.00-10.15	Откриване на конференцията
10.30-12.00	I сесия – могоратор проф. г.и.к.н. Пламен Мишев
10.15-10.30	Кафе-пауза
10.30-10.45	„Тенденции в развитието на земеделието в света и промените в ОСП“ – проф. г.и.к.н. П. Мишев
10.45-11.00	„Влияние на очакваните промени в ОСП върху българското земеделие“ – проф. г.и.к.н. Пламен Мишев, г-ц. г-р. Негка Иванова, ас. г-р. Мария Пенева,
11.00-11.15	Докаг – Васил Кашнов, прегвегател на Комисията по земеделието и горите към Народномото събрание
11.15-12.00	Дискусия
12.00-13.00	Официален обяд
13.00-14.30	II сесия – могоратор г-ц. г-р. Диана Конева
13.00-13.15	„ОСП и производствените структури в българското земеделие“ - проф. г.и.к.н. Пламен Мишев, г-ц. г-р. Негка Иванова, г.и. ас. г-р. Николай Шерев, гокторант Христина Харизанова
13.15-13.30	„Мултифункционалност на българското земеделие“ – г-ц. г-р. Юлия Дойчинова, г-ц. г-р. Алена Митева
13.30-13.45	„Организиращите на производствени – Ебронейски могола за развитието на аграрния сектор“ – проф. г.и.к.н. Иван Кънчев, г-ц. г-р. Юлия Дойчинова, ст.ас. г-р. Зорница Стоянова

13.45-14.00	Докаг – г-ц. г-р. Пламен Молов
14.00-14.30	Дискусия
14.30-15.00	Кафе-пауза
15.00-16.30	III сесия могоратор г-ц. г-р. Негка Иванова
15.00-15.15	„Продуктивната и прекузвикателността на земеделието с висока продуктивна стойност в България“ – г-р. Янка Казакова
15.15-15.30	„Възможности за развитието на земеделието в териториите с особен режим“ – г-ц. г-р. Светлана Маджарова, г-ц. г-р. Диана Конева, г-ц. г-р. Найден Найденов
15.30-15.45	„Биологичното земеделие в България“ – г-ц. г-р. Елка Василева, г-ц. г-р. Даншела Иванова
15.45-16.00	„Климатичните промени и земеделието“ – проф. г.и.к.н. Пламен Мишев, н.с. II ст. Милкана Мочурова
16.00-16.30	Дискусия
16.30	Закриване на конференцията

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

**ПРОМЕНИТЕ В ОБЩАТА  
СЕЛСКОСТОПАНСКА ПОЛИТИКА  
И ПОЗИЦИЯТА НА БЪЛГАРИЯ**

Научно-практическа конференция,  
София, 14 май 2008 г.

УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО "СТОПАНСТВО"  
София, 2008

## Съдържание

**Всички права са запазени!** Не се разрешават копиране, възпроизвеждане и разпространение на книги или на части от тях по какъвто и да е начин без писменото разрешение на УИ "Стопанство".

Авторите носят пълна отговорност за авторството си и за оригиналността на произведението, както и за грешки, допуснати по тяхна вина.

© Колектив

© УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО "СТОПАНСТВО"

Директор: доц. д-р Милчо Толев, тел. 81-95-564  
Гл. редактор: Ваня Миленкова, тел. 862-88-57, 81-95-359  
Маркетинг: Георги Алексиев, тел. 862-88-57, 81-95-544  
Худ.-техн. редакция: Истилиян Божилов, тел. 81-95-517  
Счетоводство: Тинка Пейчева, тел. 81-95-665

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО  
София, Студентски град "Христо Ботев"

Встъпителни думи .....	5
<b>ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО В СВЕТА И ПРОМЕНЕТЕ В ОСП .....</b>	<b>15</b>
проф. д.ик.н. Пламен Мишев, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	
<b>ВЛИЯНИЕ НА ОЧАКВАНЕТЕ ПРОМЕНИ В ОСП ВЪРХУ БЪЛГАРСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ .....</b>	<b>22</b>
доц. д-р Недка Иванова, ст.ас. д-р Мария Пенева, проф. д.ик.н. Пламен Мишев, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	
<b>ЗАКОНОДАТЕЛСТВОТО И РАЗВИТИЕТО НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО В БЪЛГАРИЯ .....</b>	<b>45</b>
инж. Васил Калинов, председател на Комисията по земеделието и горите към Народното събрание	
<b>ОБЩА СЕЛСКОСТОПАНСКА ПОЛИТИКА И ПРОИЗВОДСТВЕНИТЕ СТРУКТУРИ В БЪЛГАРСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ .....</b>	<b>51</b>
проф. д.ик.н. Пламен Мишев, доц. д-р Недка Иванова, гл.ас. Николай Щерев, докторант Христина Харизанова, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	
<b>МУЛТИФУНКЦИОНАЛНОСТ НА БЪЛГАРСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ .....</b>	<b>82</b>
доц. д-р Юлия Дойчинова, доц. д-р Албена Митева, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	
<b>ОРГАНИЗАЦИИТЕ НА ПРОИЗВОДИТЕЛИ - ЕВРОПЕЙСКИ МОДЕЛ ЗА РАЗВИТИЕ НА АГРАРНИЯ СЕКТОР .....</b>	<b>109</b>
проф. д.ик.н. Иван Кънчев, доц. д-р Юлия Дойчинова, ст.ас. д-р Зорница Стоянова, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	
<b>ЛОЗАРО-ВИНАРСКИЯТ СЕКТОР И ОБЩАТА СЕЛСКОСТОПАНСКА ПОЛИТИКА НА ЕС .....</b>	<b>125</b>
доц. д-р Пламен Моллов, Национална лозаро-винарска камара	
<b>ПРЕДИМСТВА И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ЗЕМЕДЕЛСКИТЕ ЗЕМИ С ВИСОКА ПРИРОДНА СТОЙНОСТ В БЪЛГАРИЯ .....</b>	<b>130</b>
д-р Янка Казакова, Световен фонд за дивата природа	

<b>ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО В ТЕРИТОРИИТЕ С ОСОБЕН РЕЖИМ</b> .....	150
доц. д-р Светла Маджарова, доц. д-р Диана Копева, доц. д-р Найден Найденов, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	
<b>БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ В БЪЛГАРИЯ</b> .....	164
доц. д-р Елка Василева, доц. д-р Даниела Иванова, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	
<b>КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ И ЗЕМЕДЕЛИЕТО</b> .....	185
проф. д.ик.н. Пламен Мишев, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси" н.с. II ст. М. Мочурова, Икономически институт на БАН	
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ НА ОБЩАТА СЕЛСКОСТОПАНСКА ПОЛИТИКА НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ В БЪЛГАРИЯ. ПРОБЛЕМЪТ ЗА АГРАРНАТА ЗАЕТОСТ</b> .....	205
проф. д.ик.н. Пламен Мишев, доц. д-р Димитър Терзиев, ст.ас. д-р Мария Пенева, докторант Здравка Мишева, УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"	

## Встъпителни думи

**проф. д.ик.н. Пламен Мишев,  
зам.-ректор по НИД и МП**

Уважаеми колеги, скъпи гости, дами и господа, добре дошли на научно-практическата конференция "Промените в Общата селскостопанска политика и позицията на България". Тази конференция е знаменателна по две причини. Първо, конференцията е по инициатива на Парламентарната комисия по земеделие и гори и лично на нейния председател г-н Васил Калинов, което показва, че след дългия преговорен процес, в който за добро или лошо ние бяхме в ролята на ученик и сляпо следвахме това, което ни диктуваха, за да приемем огромното законодателство и да се приспособим към механизмите на ЕС. Дойде времето да осъзнаваме нашите интереси и да търсим в общата политика интересите и позициите на България. Втората причина е идеята на нашия ректор проф. Борисов съвместната конференция да се състои в университета. Както говорим като икономисти за офшорни зони, за данъчни ваканции, университетът трябва да се разглежда като място, като духовно средище, в което всеки може да изкаже своите идеи и в дискусиата да изкристализира това, към което всички се стремим - да определим нашите национални интереси и нашите национални позиции в един сложен и продължителен процес, като постоянното усъвършенстване на ОСП. Когато задачата бе възложена на нашата катедра, ние решихме това, което ще ви докладваме, да са преди всичко резултати от научни изследвания. Няма общи постановки, някои от тези научни изследвания не са в завършен вид, ние няма да ви дадем готови идеи, готови рецепти, а поводи за размисъл. На конференцията присъстват ректорът на УНСС проф. д-р Борислав Борисов, председателят на парламентарната Комисия по земеделие и гори Васил Калинов, председателят на парламентарната група на НДСВ и председател на НЛВК доц. д-р Пламен Моллов, председателят на ДФ "Земеделие" доц. д-р Димитър Тадаръков, представители на МЗП, депутати, представители на селскостопанската академия, т.е. почти всички страни, заинтересовани от усъвършенстването на ОСП и на нашата позиция.

# БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ В БЪЛГАРИЯ

доц. д-р Елка Василева,  
доц. д-р Даниела Иванова,  
УНСС - катедра "Икономика на природните ресурси"

## Резюме

В сравнение със страните от Европейската общност, където биологичното земеделие има вече десетилетни традиции, интересът към него в България е отскоро. Отчитайки особеностите на българското селско стопанство и природните дадености на страната, може да се каже, че производството на биологични продукти е подходящо за страната. Пазарът на биологични земеделски продукти и храни в страната е в стадий на зараждане.

Целта на настоящото проучване е да представи развитието на биологичното производство и пазара в България и да идентифицира вероятни решения, свързани със структурирането, управлението и функционирането на веригата за доставки в страната. Проучването е проведено по метода Делфи, в което са участвали 26 български експерти.

## Summary

Compared to the countries of the European Union where organic agriculture has had traditions for decades the interest in it in Bulgaria is a comparatively recent phenomenon. Taking into consideration the specifics of Bulgarian agriculture and the natural resources of the country we can say that the production of organic products is apt for our country. The organic food market in Bulgaria is newly emerging and is comparatively small.

The goal of the presented survey is to present the development of organic production and market in Bulgaria and to identify the possible solutions related to the structuring, management and functioning of the chain of supply. Present study was based on Delphi method and 26 Bulgarian experts were interviewed.

**Ключови думи:** биологично земеделие, пазар, биологични храни, верига на доставки, България

**JEL Classification:** Q 13 - Agricultural Markets and Marketing

## Съдържание

1. Състояние на биологичното земеделие в България.
2. Състояние на пазара на биологичните продукти в България.
3. Структуриране, управление и функциониране на веригата за доставки на биологични продукти в България.
4. Заключение.

Биологичното земеделие е един от най-бързо развиващите се селскостопански сектори. В последното десетилетие това производство отчита ръст от 30 % на година. Очакванията са през 2012 г. площите да се увеличат двойно и да достигнат 65 млн. хектара, ако се запази този темп на растеж [1]. Едновременно с производството нараства и пазарът на биологични продукти. Съгласно статистическата информация, публикувана на конгреса на BioFach 2007, Нюрнберг, Германия, продажбите на биологични храни в света се оценяват на 30 милиарда Еуро за 2006 г. [2].

В Европа правилата на биологичното земеделие се прилагат на площ от 6.9 млн. хектара, които съставляват 23 % от общата площ, обработвана по биологичен метод в света [1]. Съществува значително различие в степента на неговото развитие между отделните страни.

В сравнение със страните от Европейската общност, където биологичното земеделие има вече десетилетни традиции, интересът към него в България е отскоро. Отчитайки особеностите на българското селско стопанство и природните дадености на страната, може да се каже, че производството на биологични продукти е подходящо за страната. В Националния план за развитие на биологичното земеделие е заложено площите, управлявани по биологичен метод, да достигнат 8 % от използваната земеделска земя през 2013 г.

В тази връзка *целта* на настоящото проучване е да представи развитието на биологичното производство и пазар в България и да идентифицира вероятни решения, свързани със структурирането, управлението и функционирането на веригата за доставки на биологични продукти в страната.

## 1. Състояние на биологичното земеделие в България

Основа за развитие на екологосъобразните земеделски практики в нашата страна се поставят през 1965 г., когато към Института за защита на растенията се създава първата секция за проучване на биоразнообразието на агро-косистемите. През 1975 г. правителството разширява тази дейност и приема петгодишна програма, в резултат на което се изграждат първите биологични лаборатории за производство на насекоми за биологична защита на растенията.

Няколко години по-късно правителството поставя началото на програма, насочена към производство на детски храни с използване на методите на биологична защита в два района - Северен (с. Априлци, Ловешка област) за млека и млечни продукти, и Южен (гр. Асеновград, Пловдивска област) за растителни продукти. Високата цена на биопрепаратите налага въвеждането на субсидии в размер на 60 %. В този период секцията към Института за защита на растенията прераства в самостоятелно звено, което разработва цялостни технологии за отглеждане на редица култури. Изготвени са методични указания и е обучен екип от 24 консултанта. Дейността се развива до 1998 г., когато се прекратява субсидирането ѝ от страна на държавата [3].

Важна роля за развитието на биологичното производство в България има Аграрният университет в гр. Пловдив и най-вече Агроекологичният му център, създаден през 1987 година. През периода 1996 - 1999 г. Агроекологичният център съвместно с Асоциацията за екологично земеделие "Екофарм" работят по проект на Програма ФАР за създаване на две демонстрационни биологични ферми и учебно-научни бази към тях. Едната е в Агроекологичния център на Аграрния университет в Пловдив, а другата - в с. Руня, община Дряново.

През 1996 г. се създава също и фондация за биологично земеделие "Биоселена". От началото на 2000 г. тя е член на IFOAM (Международната федерация на движенията за органично земеделие). Целта на създаването ѝ е развитие на биологичното земеделие в района на Централна Стара планина посредством консолидиране на мрежи от биологични ферми. Основната ѝ дейност е свързана с обучение и помощ на земеделските производители по методите на биологичното земеделие, финансирана по линия на Споразумение за техническа помощ между България и Швейцария.

Сдружение "Агролинк" се учредява през 1999 г. от екип от агрономи, ботаници, лекари, учени и експерти. Дейността на сдружението е насочена към предоставяне на консултантски услуги в областта на производството, бизнес планове за биологично земеделие за производители, разработване на общински планове и стратегии за устойчиво развитие на селските райони, както и за разпространяване на информация чрез издаване на брошури, книги, списание, интернет - страница.

В страната има три организации на производители:

- Кооперация "Био България" е учредена от 23 фермери през 1999 г. в рамките на проект "Развитие на устойчиво земеделие в Централна Стара планина", финансиран от Швейцарската агенция за сътрудничество и развитие и изпълняван от Фондация "Биоселена". В момента кооперацията има 38 членове.
- Сдружение "Биопродукт БГ" е асоциация, обединяваща 11 производители на биологични продукти и неправителствени организации, ра-

ботещи за развитие на българското биологично земеделие. Създаването на организацията е провокирано от необходимостта от обединяване на усилията за развитие на вътрешния пазар на биологични продукти, развитие на общи маркетингови и пазарни стратегии, разширяване на консултантската помощ за стартиращи биологични стопани, формиране на активно потребителско търсене.

- Сдружението на органичните земеделски производители "Агролинк" е създадено през септември 2004 г. с мисията да защитава интересите на производителите, занимаващи се с биологично земеделие, да координира национална мрежа от производители, преработватели и търговци на органични продукти, научни институции и неправителствени организации, работещи в областта на устойчивото земеделие.

По данни на отдел "Агроекология" към Министерство на земеделието и храните (МЗХ) [4] през 2003 г. площите, заети с биологично производство в страната, са 8364 ха. Към края на 2004 г. общата площ, в преход и преминала периода на конверсия, възлиза на 12 284.14 ха, което съставлява 0.21 % от общата земеделска земя. Сертифицираните площи са 11 771.47 ха (0.20 % от общата земеделска земя), а площите в период на преход - 512.67 ха (0.008 % от общата земеделска земя). Площите, заети с биологично производство, през 2007 г. са достигнали 409 418,31 ха, от тях 404 876,67 ха са преминали периода на преход (табл.1). Сравнението на данните показва, че площите, върху които се прилагат биологичните методи на производство, за разглеждания период от пет години са се увеличили значително.

Таблица 1

Площи, заети с биологично производство през 2007 г.

Вид площи	Площи в преходен период (ха)	Площи, преминали периода на преход (ха)	Обща площ (ха)
Всичко култивирани площи	2 866,50	6 504,38	9 370,88
Постоянни ливади и пасища	505,94	155 286,61	155 792,55
Събиране на диворасти	-	242 677,31	242 677,31
Свободна земя/угар	1 169,20	408,37	1 577,57
<b>ВСИЧКО ПЛОЩИ</b>	<b>4 541,64</b>	<b>404 876,67</b>	<b>409 418,31</b>

По данни на МЗХ, 2008 г. [5]

Разпределението на култивираните площи по култури за 2007 г. е отразено в таблица 2. В таблица 3 са дадени данни за биологичното животновъдство в страната.

**Таблица 2**

Биологични култури през 2007 г.

Вид култури	Площи в преходен период (ха)	Площи, преминали периода на преход (ха)	Обща площ (ха)
Зърнено-житни култури	551,23	811,68	1 362,91
Фуражни култури	470,06	444,24	914,30
Медицински и ароматни култури	711,89	716,21	1 428,10
Влакнодайни култури	-	1 285,00	1 285,00
Клубенови: картофи, захарно и фуражно цвекло	13,20	43,53	56,73
Зеленчукови култури	175,38	218,55	393,93
Оранжевено производство	-	58,90	58,90
Овощни култури	646,89	2 918,59	3 565,48
Лозя	297,85	0,68	298,53
<b>Всичко култивирани площи</b>	<b>2 866,50</b>	<b>6 504,38</b>	<b>9 370,88</b>

**Таблица 3**

Биологично отглеждане на животни през 2007 г.

Вид животни	Общ брой
Говеда	395
Овце	1690
Кози	1058
Пчели - пчелни семейства	35747

Преработката на биологични земеделски продукти в страната включва:

- сушене на билки, подправки, семена, кореноплодни, плодове и зеленчуци;
- преработка на биологични продукти, в т.ч. култивиране на билки и подправки и консервиране на плодове, плодово-зеленчукови и зеленчукови храни с ниско захарно съдържание;

- преработка и разфасоване на пчелен мед и пчелни продукти;
- преработка на култивирани и диворастящи билки;
- производство на масла и козметични продукти чрез преработка на етеричномаслени култури;
- преработка на мляко и млечни продукти;
- замразяване и сушене на плодове и зеленчуци;
- производство на сладка от меки плодове;
- дестилация на етерични масла - роза, лавандула.

По данни на МЗХ към 1 юни 2008 г. има регистрирани 295 лица (физически и юридически), които произвеждат или внасят в страната растителни или животински биологични продукти.

## 2. Състояние на пазара на биологичните продукти в България

Над 90 % от произвежданата в България сертифицирана биологична продукция се изнася главно за западноевропейски страни (билки, подправки, етерични масла, зеленчуци, мед). В България пазарът на биологични земеделски продукти и храни е в стадий на зараждане. Делът на реализирана българска биологична продукция в страната е под 1 % по данни на МЗХ [5]. Спорадично се рекламират и продават биологични български зеленчуци и билки (Празник на биологичното земеделие, зеленчуков пазар в Пловдив - Агроекологичен център, Екофарм и др.).

През ноември 2004 г. сдружението "Биопродукт БГ" откри първия щанд за биологични продукти в Халите на гр. София. Асортиментната структура включваше 78 артикула - млечни продукти (прясно мляко, кисело мляко, сметана), билки, подправки, мед, сладка, сушени плодове и гъби. Понастоящем биологични продукти се предлагат в някои от големите вериги от супермаркети и специализирани магазини за здравословни храни.

В страната се внасят сертифицирани биологични продукти, които се радват на значителни продажби и реклама.

В плана за развитие на биологичното земеделие се залага продажбите на биологични продукти в България да се увеличат до 3 % от общия пазар на хранителни продукти до 2013 г. Основната част от факторите, от които зависят увеличаването на обема на продажбите и развитието на пазара на биологични продукти в страната, са сходни с тези в чужбина. Съществува обаче и определена специфика, която трябва да се има предвид при детайлно разглеждане на проблема и решаването на практически въпроси. В този аспект за България са характерни някои особености, като ниския доход на потребителите. Това естествено налага редица ограничения в потреблението. Българският потребител почти не разполага със свободата да прави избор, ръково-



дейки се от своите вкусове и предпочитания. Основен фактор при избора на продукти, особено при лицата с ниски доходи, е цената.

От друга страна, продуктите от биологичното земеделие имат ниска популярност сред потребителите. Според направените през последните години проучвания [6, 7] по-голяма част от българските потребители не разпознават биологичните продукти и специфичния им начин на производство, като ги свързват най-вече със здравословния ефект, който те оказват. Информацията за биологичните храни е недостатъчна, правилата за производство и сертификация се нуждаят от допълнително популяризиране и рекламиране. Потребителите не познават биологичната маркировка и не оценяват ролята ѝ при покупка. Те се нуждаят от разясняване и обучение в тази област. Липсва обществена нагласа и разбиране за същността, принципите и методите, които ръководят биологичното земеделие.

Посочените проблеми несъмнено играят отрицателна роля за ускореното развитие на пазара на биологични продукти в България. Необходимо е обаче да се подчертае, че са налице (или могат да бъдат създадени) реални възможности и перспективи за реализация на биологични продукти на българския пазар.

### 3. Структуриране, управление и функциониране на веригата за доставки на биологични продукти в България

За идентифициране на вероятните решения, свързани със структурирането, управлението и функционирането на веригата за доставки на биологични продукти в България, беше проведено изследване по метода Делфи с елементи на дълбочинно интервю.

#### Описание на участниците

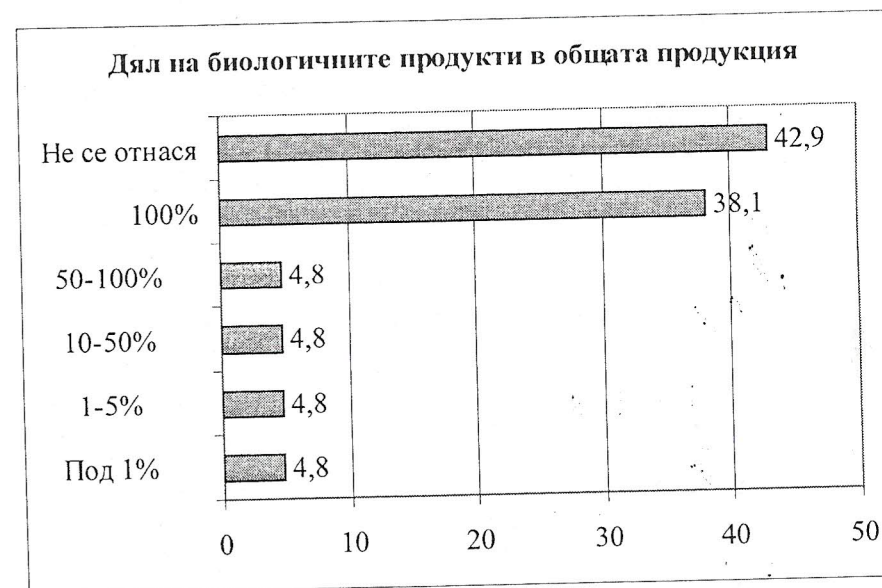
В проведеното допитване през 2006 г. са включени 26 български експерти, свързани с веригата на доставките на биологични продукти в страната (табл. 4).

За голяма част от респондентите (38,1 %, виж фиг. 1) дейността им пряко и напълно (100 %) е ангажирана с производството, преработката, дистрибуцията и търговията на биологични продукти в България. Другата голяма група е тази, която не е пряко ангажирана в процесите от производството до реализацията на биологичните продукти. Това са представители на сертифициращи организации, експерти от държавни, областни и др. служби, както и от организации на потребителите.

Таблица 4

Групи участници в зависимост от позицията им по веригата на доставки

N	Група	Брой
1	Производители и/или преработватели	10
2	Дистрибутори и/или търговци	5
3	Експерти от държавни институции	4
4	Експерти от неправителствени организации и консултанти	3
5	Сертифициращи органи и органи за контрол	2
6	Потребители	2



Фиг. 1

#### Структура на съществуващите вериги на доставки на биологични продукти в България

Анкетираният експерти са на мнение, че в страната не съществуват ясно обособени вериги на доставки на биологични продукти, като смятат, че в момента се изграждат такива. Отчитайки реалното състояние, участниците в проучването описват следните вериги:

**"Проста" или директна верига:** Производителят или маркетинговите кооперации и сдружения на производителите предлагат директно биологични продукти на потребителите. Обичайна практика е продажбата на такива продукти във фермата, на празниците на биоземеделието, изложенията за храни в страната и др.

**"Сложна" верига:** Производителят или маркетинговите кооперации и сдружения предоставят своята продукция в специализирани магазини за биологични продукти или в магазините от верига супермаркети в София и Пловдив (напр. "Фамилия" и "Елемаг").

**Износ:** Производителят произвежда и/или преработва биологичната продукция в България, предоставя я на търговец на едро в чужбина, който от своя страна я предоставя на търговци на дребно.

**Внос:** Биологични продукти (ограничен брой - детски храни, кафе и др.) от чужбина се внасят в България, следва дистрибуция до търговците на дребно и оттам стоката се предлага на българските потребители.

### **Проблеми по веригата на доставки на биологични продукти в България**

Описаните от експертите проблеми по веригата на доставки могат да бъдат обобщени по следния ред:

#### **На етап производство:**

- Биологичните продукти се произвеждат в малки количества и беден асортимент. Това заедно с липсата на ритмичност на доставката е една от причините тези продукти да не се предлагат в големите търговски вериги.
- Липса на мотивация сред производителите за увеличаване на биологичното производство в резултат на ниската популярност и слабото търсене на биологични продукти на пазара, както и на недостатъчната държавна подкрепа в тази област.
- Контролните (сертифициращи) органи и акредитираните лаборатории за анализ на биологични храни са недостатъчни в страната.

#### **На етапите дистрибуция и търговия на дребно:**

- В търговската мрежа биологичните продукти не се разграничават и се предлагат на едно и също място заедно с конвенционалните, дори и с продукти, съдържащи генетично модифицирани съставки. В голяма част от случаите това е резултат от непознаването на биологичното производство от дистрибуторите, търговците на едро и дребно. Всички те се нуждаят от допълнителна информация и обучение за същността на биологичното производство и за различието на продуктите от обикновените.

- Дистрибуцията с биологични продукти в страната не е развита добре. Търговците на дребно зареждат малки количества, което е свързано с оскъпяване на продукта. Разходите за това в голяма част от случаите са за сметка на производителя.
- Вносителите също са изправени пред проблема да осигурят ефективна логистика за малки количества продукти, а това повишава цената им.

#### **На етап продажба:**

- Българските потребители не познават биологичните продукти и като следствие търсенето им на пазара е слабо. В тази връзка те също се нуждаят от допълнителна информация и обучение.
- Култура на хранене, свързана с използване на биологичните продукти в България, все още не е създадена и затова употребата на такива храни е изключително малка.
- Потреблението на биологични продукти се свързва с по-високи доходи. Малко са потребителите в страната, имащи финансовата възможност за такава покупка.
- Липсата на контрол и злоупотребата с определенията "еко" или "био" водят до намаляване на доверието на потребителите в биологичния продукт и неговите предимства.
- Липсва интерес от страна на медиите и реклама на биологичните продукти.

### **Ключовите показатели, отговорни за успешната реализация на биологичните продукти в България**

Всички анкетираните експерти са единодушни, че потребителите асоциират биологичните продукти със **здравословния начин на живот и хранене**. Този показател е много важен (за 89,5 % от анкетираните, виж табл. 5) за реализацията на биологичните храни, независимо от това, че според изискванията на европейското законодателство не е коректно да се твърди, че биологичните продукти са по-здравословни от конвенционалните им аналози. Асоциацията със здравословния ефект е причина, смятат участниците в анкетата, така често да се спекулира с термините "био" и "еко".

Експертите класифицират като много важни **органолептичните показатели - цвят, мирис и вкус** (50 %), които определено са по-добри при биологичните продукти в сравнение с конвенционалните. Според един от експертите тези показатели на биологичните продукти не са толкова важни, тъй като българският потребител все още не различава биопродуктите на пазара и не познава свойствата им, носещи допълнителна информация за различията. В подкрепа на това твърдение се посочва, че в нашата страна пресните хранителни продукти, особено плодовете и зеленчуците, имат традиционно

добър вкус и аромат независимо от начина на производството. Тук се подчертава и разликата с европейските пазари, където потребителите лесно различават биологичните от конвенционалните продукти главно по тези показатели.

Таблица 5

Показатели за успешна реализация на биологичните продукти в страната (%)

Показател	Много важен	Важен	Не толкова	Не е важен	Не зная
Свежест/преснота	68,8	12,5	6,3	0	12,5
Минимална преработка	33,3	8,3	16,7	33,3	8,3
Цвят, мирис, вкус	50,0	37,5	6,3	0	6,3
Екологосъобразно производство	38,5	23,1	15,4	7,7	15,4
Екологосъобразна опаковка	30,8	23,1	15,4	15,4	15,4
Продукт с местен произход	42,9	28,6	28,6	0,0	0,0
Готова храна/полуфабрикат	18,2	27,3	45,5	9,1	0,0
Здравословност	89,5	10,5	0,0	0,0	0,0
Традиционност/Типичност	46,7	33,3	6,7	6,7	6,7

През последните години производителите обръщат все по-голямо внимание на *външния вид* на биологичните продукти, отчитайки колко е важен той за потребителя. В резултат на това вече няма такава съществена разлика във външния вид на биологичните и "небиологичните" продукти, което се наблюдаваше неотдавна.

Анкетираните (68,8 %) посочват *преснотата и свежестта* на продуктите като много важни показатели за успешната им реализация на пазара. Българският потребител има специфични предпочитания по отношение вида на хранителните продукти, сто защо такива показатели като *местния произход и типичността* на храната са също важни за тях.

*Готовите храни и полуфабрикатите* все още не са популярни на българския пазар. Тези продукти са познати само в големите градове, защото потреблението им е свързано със съвременния динамичен начин на живот.

Анкетираните са на мнение, че акцентирането на този вид биологични продукти не е толкова важно.

Екологичните съображения при покупката на биологичните продукти, свързани с *опазването на околната среда* при този начин на производство, и изискванията за специфични *опаковки, щадящи околната среда*, са важни. Причината в някои случаи да не се оценява този факт според някои от експертите е твърде абстрактното възприемане на опазването на околната среда от българските потребители, като изключение правят по-младите потребители, чиято екологична култура е по-висока.

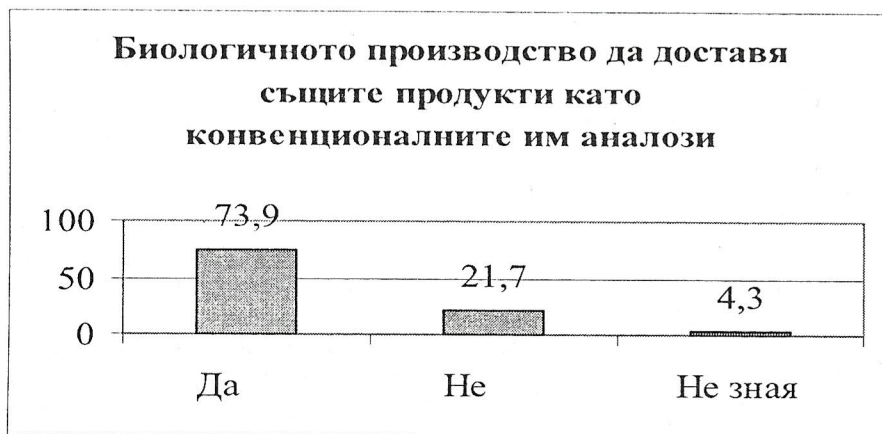
Според участниците в проучването успешната реализация на биологичните продукти е свързана с *маркировката и рекламата*. Пазарът на такива продукти в страната е все още слабо развит и добрата информираност на търговеца/консултанта би стимулирала продажбите.

Според по-голяма част от експертите *цената* все още е определящият фактор за реализацията на продуктите на българския пазар. Мнението на анкетирания експерти е, че в големите градове съществено влияние при покупката ще оказват и такива критерии, като здравословност и полезност, тъй като потребителят е по-добре информиран и с по-висока култура за биологичните храни. В малките градове най-съществени за покупката ще бъдат цената и достъпността на продукта.

#### *Асортимент на биологичните продукти - сравнение с обикновените храни*

По-голяма част от анкетирания експерти смятат, че биологичното производство трябва да *доставя същите продукти като конвенционалните им аналози* (73,9 % от анкетиранияте, виж фиг. 2) в търговската мрежа, както и да се *разширява асортиментът на биологичните продукти в съществуващите стокови групи*. Предлагането на пазара на нов биологичен продукт, непознат като конвенционален, трудно би довело до реализирането му.

Разнообразието от продуктите на пазара, от една страна, се определя от търсенето на потребителите, а от друга, от възможностите за производство. Добър вариант за обогатяване на биологичния асортимент е производството на *местни и традиционни продукти*. Голям потенциал за това има сред *животинските продукти* (биволско мляко, сирене, овче кисело мляко, месни изделия и т.н.). Според някои от анкетиранияте трябва да се разнообразява асортиментът само на *растителните продукти*, особено на пресните плодове и зеленчуци. Основание за това те виждат в по-голямото търсене на тези продукти. Според други трябва да се увеличи асортиментът главно на *преработените продукти*.



Фиг. 2

Участниците в проучването са на мнение, че *разширяването на асортимента би довело до по-голямо търсене, интерес и удовлетворяване на клиентите*. Европейският опит показва, че консуматорите не биха искали да променят начина си на хранене и да се отказват от любимите си храни, а само да ги заменят с биологично произведени.

#### *Места за продажба на биологични храни, подходящи за условията в страната*

Сред по-голяма част от респондентите преобладава мнението, че за продажба на биологични храни в страната са много удачни *супермаркетите, хипермаркетите и специализираните магазини*. Съответно 52,2 %, 50 % и 50 % от респондентите са на това мнение, както се вижда от табл. 6.

Големите вериги магазини улесняват потребителя, като спестяват време за покупка, защото необходимите стоки са на едно място. Бъдещето развитие на тези магазини е продиктувано от динамичния начин на живот в големия град. В този смисъл добър вариант за продажба е *специализираният щанд в големия магазин*. От друга страна, предлагането на биологични продукти в хипермаркетите е свързано с ритмичност и еднородност на доставката, големи количества и подходящ търговски вид - изисквания, които затрудняват в момента българските производители.

*Супермаркетите* са удачен вариант, тъй като там потребителят може да получи допълнителна информация и консултация от продавач-консултанта за биологичния продукт. Тези магазини са подходящи, защото се осъществя-

ва постоянен контрол, разполагат с добри условия за съхранение и са заинтересовани да се пазят името и марката на продавача.

Таблица 6

Места за продажба на биологични продукти в България (%)

Места за продажба	Много удачно	Удачно	Не толкова	Не е удачно	Не зная
Хипермаркети (Била, Метро)	50	36,4	9,1	4,5	0
Супермаркети (Фамилия, Фантастико)	52,2	43,5	4,3	0	0
Специализирани магазини	50,0	31,8	18,2	0	0
Квартални магазини	6,7	13,3	53,3	20	6,7
Общински пазари	9,1	31,8	13,6	40,9	4,5
Електронна търговия	6,7	20	20	40	13,3
Директна продажба	47,4	26,3	10,5	10,5	5,3

За по-голяма част от респондентите - 53,3 % - *кварталните хранителни магазини не са подходящи за предлагане на биологични продукти*. В тях няма възможност за добро представяне на биологичните храни и отделянето им от останалите продукти, условията за съхранение невинаги са подходящи и контролът е занижен. Съществува и мнението, че всичко това може да се преодолее и отчитайки липсата на анонимност сред постоянните клиенти, могат да се намерят и лоялни потребители на биологични продукти.

Според някои от експертите *специализираните магазини* са особено подходящи за продажбата на биопродукти. Тези магазини имат своите постоянни, добре мотивирани и информирани клиенти за здравословното и природосъобразно хранене. Друга част от респондентите са на мнение, че специализираните магазини за биологични продукти, както и щандовете на открити пазари, не са подходящи на този първоначален етап от развитието на пазара.

*Откритите пазари* са много разпространен начин за продажбата, особено за пресните плодове и зеленчуци, но той крие риска от лесна подмяна и анонимност на производителя. От тази гледна точка експертите ги посочват като неподходящи (40,9 % от респондентите) за предлагането на биологични продукти. Разрешение на тези проблеми те виждат в специализираните открити пазари или част от пазари само за биологични продукти.

*Директните продажби (абонаментна система)*, които са популярни в някои европейски страни, според респондентите биха били подходящи (47,4 %),

но все още не са намерили своето място за реализацията на биологичните продукти у нас. От гледна точка на производителя подходящи са директните продажби, специализираните магазини и откритите пазари, специализирани само за биологични продукти. Те му дават по-добра възможност да защити цената на биологично произведения продукт.

Съществува и мнение, че биопродуктите трябва да се предлагат на повече места (навсякъде); така че потребителят да ги вижда често и да има възможност да ги купи във всеки момент.

Всички респонденти единодушно заявяват, че на този етап *електронната търговия* не е удачен вариант (40 %) за продажба на биологични продукти. В България няма развита такава практика, дори за конвенционалните хранителни продукти. Трябва да се отбележи и изказаното мнение, че потенциалните потребители на такива продукти в страната имат нагласата да използват този съвременен начин на покупка.

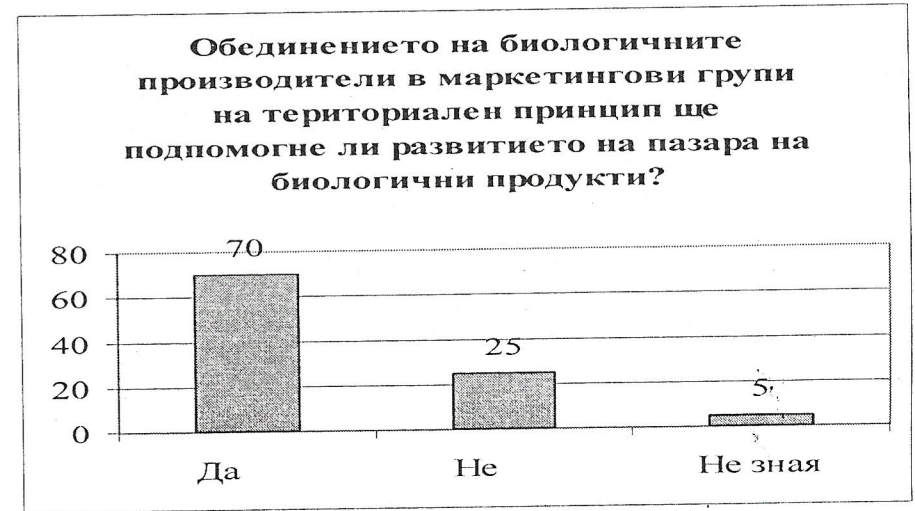
**Ролята на обединението на производители в маркетингови групи на териториален и/или на браншов принцип за подпомагане развитието на пазара на биологични продукти**

**Обединение по начин на производство** - според по-голяма част от експертите на настоящия етап в страната има малко на брой и дребни биологични производители. Обединяването им би подпомогнало осигуряването на по-разнообразен асортимент, по-големи количества и като следствие би стимулирало развитието на пазара на биологични продукти. Обединявайки се, те биха могли да разработят и провеждат обща маркетингова, рекламна и PR стратегия, което за всеки един поотделно е трудно. Това би подпомогнало и малките производители да стигнат до основните пазари на големите градове. В тази връзка едно от вижданията е, че би трябвало да се обединят в асоциация, която да защитава интересите им, да организира курсове, да прави постъпки пред министерствата, да лобира, да осигурява навременна и актуална информация относно цените, търсенето и т.н.

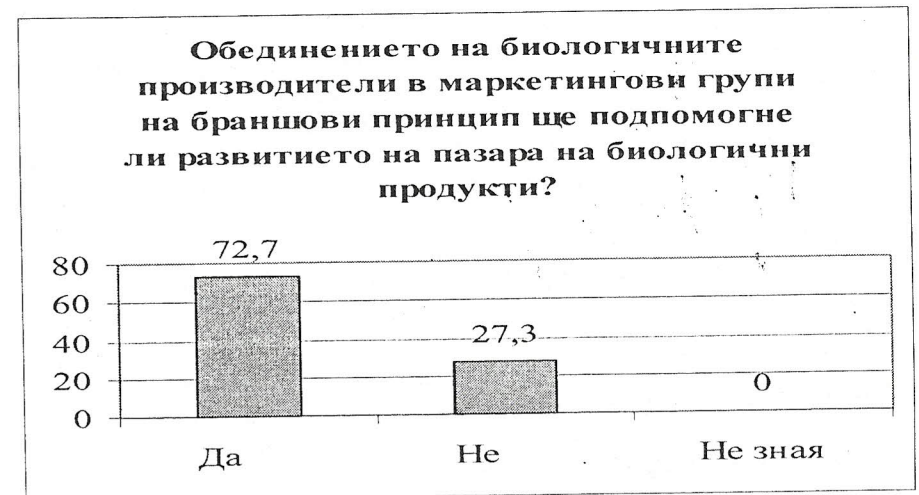
**Обединение по териториален принцип** - обединяването на производители от една област е подходящо по мнението на респондентите, видимо от фиг. 3, отчитайки че културите, които те отглеждат, са подобни, защото са подбрани според климатичните особености на района. Производителите имат еднакви интереси, могат да ползват общи складове, площадки за опаковане и др., а това ще е от полза за всички.

Трябва да се отчете и фактът, че след 2007 г. започва да действа Национален план за селските райони, според който ще се подпомагат организации, обединени на териториален принцип.

**Обединяване по браншови принцип** - две трети (фиг. 4) от експертите са на мнение, че в момента обединяването на производителите на биологични продукти би подпомогнало и процесите на финансиране. Опитът на страните от Европейския съюз доказва това.



Фиг. 3



Фиг. 4

За част от респондентите беше трудно да преценят по-подходящия начин на обединение, но преобладава мнението, че ползите от обединяването са неоспорими.

Един от респондентите е на крайното мнение, че производителите нямат готовност на този етап да се обединяват по някакъв принцип. Главната причина за това е липсата на мотиви за такова действие.

### **Вносът на биологични продукти - стимул за развитието на българския биологичен пазар**

Интервюираните експерти имат разностранни мнения по отношение влиянието на вноса на биологични продукти върху нашия пазар. Част от тях са на мнение, че вносният **биологичен продукт ще има по-висока цена**. В случай че търговецът иска да разнообрази и увеличи асортимента си, може да внесе продукти на висока цена. В резултат на това съществува опасността потребителите да свикнат с мисълта, че цената на биопродуктите е висока. Друга част от респондентите споделят мнението, че вносът на биологични продукти **няма да се отрази на пазара**, защото тези продукти ще се купуват от малка част от потребителите, независимо от високата им цена.

Съществува и мнението, че вносът на биопродукти би **увеличил асортимента на биологичните продукти**, а това от своя страна ще **задоволи потребностите** на потребителите. Вносът би спомогнал за появата на продукти, които липсват на българския пазар, а това ще спомогне за по-бързото му развитие. Много по-лесно ще се разпознават тези продукти и ще се увеличи интересът на потребителите. Вносът би стимулирал и процесите, свързани с допълнителна информираност и обучение на потребителите за биологичните продукти. Това би подпомогнало и улеснило разпознаването на биологичните продукти от консуматорите.

Положителното влияние на вноса се вижда и в **увеличаване на конкуренцията** както на пазара, така и между самите производители. Вносът ще даде сигнал на потребителя, че има такъв продукт в резултат на специфично производство, а на производителя - че се търси продукт с високо качество и с разнообразен асортимент.

### **Зависимост между цената на биологичните храни и веригата на доставките в България**

Част от анкетирания експерти са на мнение, че зависимостта между цената и веригата на доставка е **много силна или силна**. Причината за това те виждат в производството на ограничени и малки количества в места, отдалечени от основните пазари. Транспортът оскъпява допълнително цената на крайният продукт. Според тях разликата между производствена и продажна

цена се движи в границите между 50 % и 100 %. При вносните продукти тази зависимост е още по-силна. Според един от респондентите цената на биологичните продукти е висока, защото обемите на производство са малки, асортиментът е беден и няма конкуренция.

Другата позиция, дадена от експертите, е, че веригата на доставка **не влияе съществено** върху цената. Разликата в цената от производителя до крайния потребител е по-висока с по-малко от 10 %, докато от практиката на развитите страни разликата е между 30 % и 40 %. При директните доставки по т. нар. абонаментна система цената се очаква да е съизмерима с тази на конвенционалните храни.

Зависимостта не е силна по мнението и на други анкетирани. Според тях обикновено при дълга верига има висока цена и ниско потребление, но в същото време цената може да е висока и при къса верига поради липсата на дистрибутори. В резултат на това асортиментът е беден и количествата - недостатъчни. Споменава се, че загубата от ниската цена се поема основно от производителя. В тази връзка е направена препоръка да има равномерно разпределение на тази разлика в цената по веригата.

### **Мерки за създаване на ефективни вериги на доставка на биологични продукти в България**

В тази част от доклада са обобщени получените от участниците мнения, свързани с прилагането на конкретни мерки за създаване на ефективни вериги на доставка на биологични продукти в България.

- **Въвеждане на изисквания за предлагане на биологични продукти и храни в държавни учреждения, здравни, учебни и детски заведения и Българската армия**

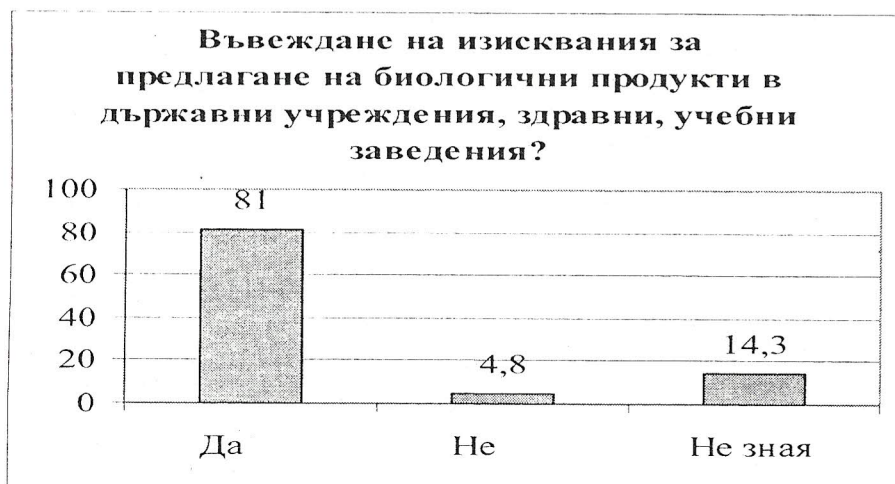
По-голяма част от анкетирания експерти (81 %, фиг. 5) са на мнение, че предлагането на биологични продукти в държавните учреждения ще **подпомогне не само веригите на доставки, но и производството на такива продукти**.

Отбелязва се и фактът, че въвеждането на такива изисквания би противоречало на принципите на свободната конкуренция, ето защо трябва да се търсят други механизми. Респондентите изразяват съмнение, че част от тези заведения (здравни, учебни, детски) разполагат с бюджет, подходящ за високите цени на биологичните продукти.

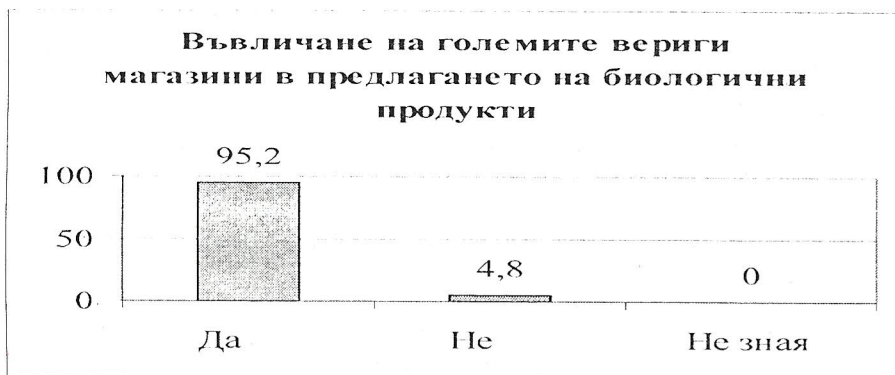
- **Въвличане на големите вериги магазини в предлагането на биологични продукти и храни**

Това е добър вариант (както може да се види от фиг. 6, отразяваща мнението на респондентите), с който би могла да се повиши информираността

на консуматора за биологични продукти в страната. Осъществяването му изисква предварително обучение на търговците-консултанти.



Фиг. 5



Фиг. 6

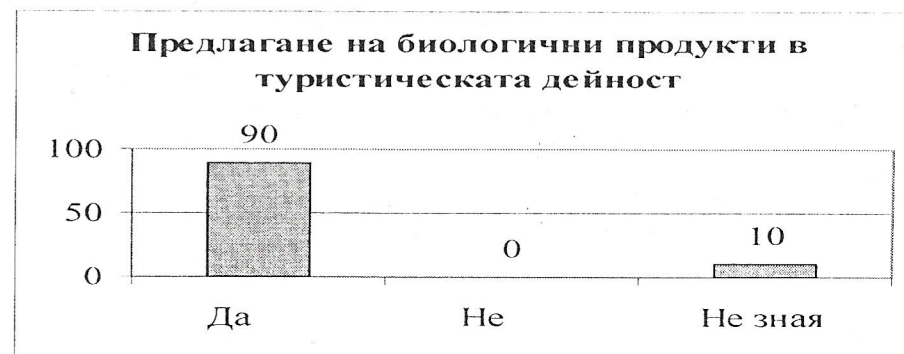
- *Преференциално предоставяне на търговски площи за продажба на биологични продукти и храни на общински пазари и тържища в областните градове и туристически зони*

Според експертите за осъществяването на тази мярка общинските пазари не са най-доброто място за предлагане на този вид продукти. Контролът на

тези места е занижен и съществува потенциална опасност от подмяна на биологичния продукт. От друга страна, тържищата са отдадени на концесионери, които ще се явят като ново, допълнително звено във веригата на доставка.

- *Предлагане на биологични продукти и храни в туристическата дейност (селски туризъм, екотуризъм и др.)*

Участниците в изследването са на мнение, че е необходимо и изключително наложително да се осъществи коопериране на тези видове дейност, видимо от фиг. 7.



Фиг. 7

Това ще повиши популярността на биологичните продукти и ще ги рекламира в естествената им среда. В тази връзка е и отправеното предложение за *обучение от ранна детска възраст*, като се споменават подходящи форми - открити ферми за посещение, възможности за дегустации с цел установяване на разликата между биологични и конвенционални храни, включване на отделни предмети или специализирани уроци в училищата за образование на подрастващите в тази сфера.

Някои от експертите са на мнение, че изграждането на ефективни вериги на доставка на биологични продукти у нас би могло да се осъществи със съдействието на държавата не само с информационна стратегия, но и със законова и финансова рамка. Добър вариант е да се поеме разликата между цената на конвенционалния и биологичния фураж за производителите на животински храни.

#### 4. Заключение

В България съществуват благоприятни природни условия и законодателни инициативи, обезпечаващи постигането на устойчив процент от селскостопанските земи, заети с биологично производство.

Идентифицираните решения, свързани със структурирането, управлението и функционирането на веригата за доставки на биологични продукти в България, представени в настоящото проучване, ще помогнат за развитие на вътрешния пазар чрез създаване на устойчиви нагласи от всички участници по веригата на реализация.

#### Литература

1. Willer, H., M. Youssefi, *The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends*, IFOAM & FiBL, 2007.
2. Willer, H., M. Youssefi, *Organic Agriculture Statistics 2007 - The Main Results of the Global Organic Survey 2007 by FiBL and SOEL*, BioFach Congress 2007, Nuremberg, 16.2.2007.
3. Ivanova, D., E. Vassileva, *Organic Foods Trade - a Criterion for Ecological Culture and the Challenges Bulgaria Faces*, *Journal of Global Business & Trade*, 1 (1), 65 - 73 (2005).
4. Национален план за развитие на биологичното земеделие в България - 2005 - 2013 г., Министерство на земеделието и горите, София, 2005 г.
5. Пейчев, Д., Състояние на биологичното земеделие и тенденции в неговото развитие, Международен семинар "Бъдещето на биологичното земеделие и храни в контекста на Европейския план за действие в областта на биологичното земеделие и Общата селскостопанска политика", Пловдив, 3 - 4 април 2008 г.
6. Кожухаров, Х., Д. Иванова, Е. Василева, *Българският биологичен продукт - елемент от интеграционния процес с Европейския съюз*, Университетско издателство "Стопанство", УНСС, София, 2004.
7. Джабарова, Ю., Развитие на пазара на биологични хранителни продукти, Дисертация за присъждане на ОКС "Доктор", 2007 г.

**Благодарности:** Изследването е направено в рамките на научноизследователски проект № ВУ-ОХП 12/2005 "Устойчиви нагласи и поведение по веригата на доставките на биологични продукти в България", Министерство на образованието и науката, Фонд "Научни изследвания", 2005 - 2009 г.

## КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ И ЗЕМЕДЕЛИЕТО

проф. д.ик.н. Пламен Мишев,  
УНСС – катедра "Икономика на природните ресурси"  
п.с. II ст. М. Мочурова,  
Икономически институт на БАН

#### Резюме

Задачите на ОСП се разглеждат в двоен аспект, от една страна, интегрирането на екологичните изисквания в ОСП, а от друга - използването на ОСП като средство, стимулиращо внедряването на земеделски практики, които опазват околната среда. Една от основните насоки за изследване на взаимоотношенията земеделие - околна среда е връзката с климатичните промени. В началото докладът представя основните тенденции в климатичните промени, наблюдавани в Европа и документиранни в научни публикации. Систематизират се концептуалните схеми за анализ на въздействията от емисиите на парникови газове през измененията в климатичните параметри към промените в природата и обществото, както и основните видове очаквани въздействия върху земеделието. Във втората част на доклада се обобщават резултати от различни конкретни изследвания на очакваните въздействия върху земеделието в Европа и в България при различни климатични сценарии и модели: промени в добивите, вегетационните зони, вегетационните периоди, метеорологични и климатични рискове (проект PESETA и проекти на НИМХ-БАН). В заключение се очертават възможностите за адаптация на земеделското производство към изменящите се природни условия, както и очакваните промени в ОСП, чиято цел следва да бъде подпомагането на тази адаптация. В това отношение най-силно въздействие може да има вторият стълб на ОСП (мерки за развитие на селските райони) и конкретно ос 1 - инвестиции за развитие на конкурентно земеделие /усъвършенстване на капацитета за адаптиране към климатичните промени, и ос 3 - подобряване на качеството на живот и насърчаване на възможностите за заетост в селските райони /подкрепа на разходи за диверсификация/.

#### Summary

The purpose of the Common Agricultural Policy (CAP) is two-fold, on the one hand, integrating environmental considerations in CAP, on the other hand - stimulating environmentally friendly environmental practices through CAP. One of the main research problems in the 'agriculture-environment' relationship is the climate change issue. First, the paper presents the main trends in climate change impacts, observed in Europe and well documented in a number of scientific publications. Conceptual frameworks for analyzing impacts are outlined: from greenhouse gas emissions through changes in climatic parameters