

Доц. д-р Любомир Любенов*

НЕОРГАНИЗИРАНИТЕ АГРОПАЗАРИ В БЪЛГАРИЯ

Анализирани са състоянието, механизмът на действие и участниците на неорганизираните агропазари на едро в България. Разгледано е влиянието на държавата (законодателство, регулации, инфраструктура, контрол и др.) върху някои традиционни и добре развити подотрасли на българското земеделие. Изводът е, че неорганизираните агропазари могат да се използват успешно от земеделските производители, когато има достатъчен брой купувачи при покриваща направените разходи цена, земеделските производители разполагат със складова база за съхранение и имат възможност да изчакат по-високи цени. Установено, че едновременното изпълнение на тези условия е трудно, защото те много рядко са налице.¹

JEL: Q13; Q19

Съвременните агропазари в България са сравнително млади. Тяхното формиране започва преди около четвърт век в резултат от трансформирането на старата икономическа система. Тогава все още не са изградени и липсват законодателна база,² пазарна инфраструктура, традиции, опит и знания за използване на организирани агропазари. Смяната на икономическия модел и преминаването към пазарно стопанство формира вакуум и създава благоприятна среда за изпреварващо развитие на неорганизираните агропазари спрямо организираниите. Неорганизираните агропазари са част от организационните пазари,³ на които търгуват различни видове организации – земеделски производители, хранително-вкусови и преработвателни предприятия, ведомства и др. Според степента на организираност на сделките те

¹ Assoc. Prof. Lyubomir Lyubenov, PhD. UNORGANIZED AGROMARKETS IN BULGARIA. *Summary* The author analyzed the situation, mechanism of action and stakeholders of unorganized wholesale agricultural markets in Bulgaria. He examined the impact of the state (laws, regulations, infrastructure, control, etc.) on some traditional and well-developed subsectors in Bulgarian agriculture. The conclusion is that the unorganized agricultural markets can be used successfully by farmers when there are a sufficient number of buyers at a price, that covers the expenses incurred, and farmers have warehouses for storage and have the opportunity to wait for higher prices. It was found out that the simultaneous implementation of these conditions is difficult because they are seldom available.

² Действащият Закон за стоковите борси и тържищата е обнародван в ДВ., бр. 93 от 01.11.1996.

³ Има различни тълкувания на понятията „организационни“ и „организирани“. В маркетинг-терминологията например понякога се поставя знак на равенство между тях, предвид някои общи характеристики (*пазари на едро*, на които търгуват различни организации), но от позицията на технологията на сделките и механизма на функциониране има съществени разлики.

Неорганизираните агропазари в България

могат да се разделят на два основни типа – организирани и неорганизирани (вж. фиг. 1).

Фигура 1



В синтезиран вид основните разлики на организационните агропазари спрямо потребителските⁴ са следните: участниците са по-добре информирани за земеделските продукти, за които ще сключват сделка; решенията за покупка се основават върху предварително планиране на потребностите, при което се прилага комплекс от ясно изразени характеристики (спецификации), с точно описание на сорта, породата, качеството и количеството; използват се договори, защото се търгуват големи количества земеделски продукти, които трябва да се доставят регулярно; участниците са по-рационални в своето поведение при покупка и се стремят към постигане на печалба. Тези фактори имат важно значение за земеделските производители по отношение на избора на пазар и използвания маркетинг-инструментариум.

Противоположно на организираниите, за неорганизираните агропазари е характерно, че на тях: липсват правила за сключване на сделките с изключение на общите; сделките не се регистрират и имат частен характер; няма публичност за условията по тях; всяка сделка има индивидуален характер;

⁴ Потребителските пазари са също неорганизирани, но те са пазари на дребно, поради което не са обект на това изследване.

липсва специализиран надзорен орган; не е въведен механизъм за управление на риска; те не са институционализирани (вж. Любенов, 2014; 2016).

Основният недостатък на неорганизираните агропазари е липсата на конкретни изисквания, правила и процедури за сключване на сделките и за участващите в тях освен най-общите нормативни ограничения, залегнали в общото търговско законодателство. Показателен пример за неорганизиран агропазар е сключването на сделки чрез децентрализирани преговори между земеделски производител - продавач, и преработвателно предприятие - потребител на земеделски продукти. Двете страни имат възможността да контактуват директно, дори и от разстояние, при което могат да използват или да не използват посредник (агент на купувача или на продавача). В българския агробизнес като масова стопанска практика се е утвърдило сключването на сделки без посредник и без договор. Това показва, че земеделските предприятия в страната използват предимно неорганизираните агропазари, което се дължи на стремежа им да прикрият обороти, доходи и др., на недостатъчното познаване на предимствата и механизмите на организираните агропазари, на липсата на традиции и опит в тази област, както и на обстоятелството, че националните агропазари от такъв тип все още не функционират добре.

Утвърдилите се в българския агробизнес пазарни практики налагат да се проучат по-подробно неорганизираните агропазари, защото те са основната форма, чрез която земеделските производители реализират произведената продукция. Научните изследвания в тази област са ограничени, което показва голямото несъответствие между установилите се у нас практики и теорията в специализираната литература, разглеждаща обстойно предимно организираните пазари. Във връзка с това *целта на изследването* е да се оцени състоянието и да се покаже механизмът на действие на неорганизираните агропазари на едро в България. Методите на изследване включват комплексното съчетаване на индукция, дедукция, групировка, сравнение, анализ, синтез и др.

Характеристики на неорганизираните агропазари

Земеделските производители в България са предимно микро- и малки предприятия. Те изпитват сериозни затруднения при реализацията на произведената земеделска продукция на организирани агропазари поради невъзможността да покрият количествените и качествените изисквания; неподходящи или ограничени възможности за съхраняване и транспортиране на произведената продукция; недостиг на адекватна пазарна информация и познания за механизма на функционирането им и т.н. Този „вакуум“ по отношение на достъпа до организирани агропазари се запълва основно от неорганизираните. Много голяма част от земеделските производители в страната, вкл. и

големите, предпочитат да не регистрират своите действителни обороти. Освен това повечето от тях реално не желаят или нямат възможност за директен достъп до организирани агропазари, поради което продават предимно на посредници - агенти и търговци на едро с пълно или частично обслужване (вж. фиг. 1).

Агентите извършват услуги за своя или за чужда сметка, като посредничат между продавача и купувача, за което обикновено получават комисиона, но не придобиват собственост върху земеделската продукция. Те изпълняват редица функции: предават пазарна информация; предоставят авансово или незабавно плащане на мястото на доставка; съветват производителите за сортове, технологии и т.н. Агентите са упълномощени да извършват сделки в съгласие с предварително поставените условия на страната, която представляват. Характерно за стопанската действителност в България е, че повечето от тях нямат собствена складова база и наемат такава. За да постигнат ликвидност, земеделските производители, които не разполагат с оборотни средства и трябва да продават веднага след прибиране на реколтата, често използват агенти като източник на краткосрочно финансиране.

Търговците на едро с частично обслужване (изкупватели) са предимно собственици на зърнохранилища, съоръжения за сортиране на плодове и зеленчуци, депа за престои на животни и др. Основните им функции са уедряване и сортиране, а в някои случаи и най-грубо почистване, изсушаване, пакетиране и др. *Търговците на едро с пълно обслужване* транспортират, съхраняват и осигуряват разнообразен асортимент за търговците на дребно. Общо търговците на едро купуват и продават за своя сметка и разполагат със собствени офиси, складове и персонал. Те извършват редица дейности, например проучване на агропазарите, транспортиране, почистване, сортиране, пакетиране, складиране, финансиране, поемане на риск от разваляне на земеделската продукция и т.н.

Търговците на едро и агентите имат някои потенциални предимства. Те могат да намалят броя на сделките и административно-стопанските разходи; да съгласуват търсенето и предлагането чрез преодоляване на количествени и продуктови несъответствия; да формират полезност по време, място, форма и притежание (вж. Любенов, 2014а). Намаляването на транспортните и други разходи понижава себестойността на земеделската продукция. Разрешаването на количествените несъответствия е свързано с големите различия между обема на произвежданата земеделска продукция и количествата, които се закупуват и потребяват. Продуктовото несъответствие се дължи на факта, че отделните земеделски производители предлагат ограничен асортимент от продукти, а купувачите търсят по-богат избор. Можем да обобщим, че в идеалния случай търговците на едро и агентите могат да внесат полезни корекции в пазарната ориентация на земеделските производители, както и да създадат предпоставки за икономии и по-висока ефективност при реализацията на тяхната продукция.

Наред с изброените традиционни предимства трябва да се посочат и някои от основните недостатъци на посредниците: нерядко те проявяват ниска степен на лоялност, имат недостатъчна квалификация в логистиката на пресни земеделски продукти (плодове, зеленчуци, риба и др.), отдалечават земеделските производители от агропазарите, прекъсват прекия контакт с крайните потребители и т.н. В България голяма част от тях имат лош имидж благодарение на незадоволителния си морал и професионализъм. В зависимост от пазарната конюнктура те често притискат земеделските производители да продават по минимални цени и необосновано завишават цените, по които препродават. Някои от посредниците заплащат с голямо закъснение, а други дори „забравят“ да плащат на своите доставчици. В много случаи агентите и търговците на едро съзнателно затрудняват потока от обратна пазарна информация към земеделските и другите производители, което показва, че не изпълняват добре основните си посреднически функции.

Поради възможностите за достъп до ценова и друга пазарна информация, както и защото могат да получават плащане в брой и веднага, с минимални или без изисквания за документи, без писмен договор и други формалности, българските земеделски производители предпочитат да действат на неорганизираните агропазари. Макар че тези отношения крият много опасности и рискове за тях – финансови, юридически и др., те са се утвърдили масово в практиката. Агропазарите в България са все още слабо развити – събирателни пунктове, локални агропазари и др. (в редица райони дори няма такива), поради което в много случаи земеделските производители не разполагат с алтернативи за пазарна реализация. Те избягват организирания агропазари, за да не регистрират обороти, и тези празнини се запълват от посредниците. Агентите и търговците на едро традиционно имат по-добри пазарни позиции, информация и материална база в сравнение със земеделските производители, които често са принудени да продават по цени, близки до производствените им разходи или под тях, когато изпитват ликвидни затруднения от недостиг на парични и други средства. Същевременно на неорганизираните агропазари, доминирани от посредници, българските земеделски производители имат малки възможности да получат по-висока цена за своите продукти, тъй като реално не участват в създаването на добавена стойност.

От казаното дотук можем да обобщим, че механизмът на функциониране на неорганизираните агропазари в България не позволява постигането на равновесна и справедлива цена на земеделските продукти. Не може да се редуцира и намали рискът, както и да се подобрят конкурентоспособността, ликвидността и рентабилността на земеделските производители.

Държавна политика на неорганизираните агропазари

• *Зърнопроизводството* е най-добре развитият и стратегически важен от продоволствена и социална гледна точка подотрасъл на растениевъдството в

България. За този сектор е разработена нормативна и институционална рамка – Законът за съхранение и търговия със зърно (ЗСТЗ), Националната служба по зърното и др. Основната цел на ЗСТЗ е стабилизиране на зърнения пазар.⁵ Спорно е обаче доколко тя се постига, защото обект на регулация е главно посредническата дейност (съхранението и търговията), което реално не подобрява пазарните позиции на зърнопроизводителите - те могат да продават на търговци,⁶ стокови борси и др., както и да съхраняват зърно в публични складове и зърнохранилища, без да са регистрирани по този закон.

Пазарът със зърно е доходоносен, но в България той е доминиран от няколко чуждестранни и местни гиганта – годишният оборот на десетте най-големи компании в сектора е над 1 млрд. USD. Цените на този пазар се влияят от запасите и от производството в Русия и Украйна - едни от най-големите производители в Черноморския регион, в който попада и нашата страна. Зърнените култури, произведени у нас, се реализират от големи търговци на зърно основно на международни агропазари, като най-висок е делът на пшеницата, слънчогледа, рапицата и царевичата, но за съжаление този експорт носи предимно ниска добавена стойност. Българският износ на зърно се сблъсква със силно нестабилни в ценово отношение агропазари, доминирани от конкурентоспособни мултинационални гиганти.

Световното производство на пшеница е около 700 млн. т и България често попада сред 25-те водещи държави в тази област. По данни на Министерството на земеделието и храните (МЗХ) годишното производство на пшеница в страната след 2010 г. се колебае между 4,5 и 5 млн. т (вж. Аграрен доклад, 2010-2015), като цените на националния пазар варират значително - от под 300 лв. до над 450 лв./т. Това се дължи на силното влияние на редица фактори - държавната аграрна политика, запасите, природните условия др. Този пазар се оценява на над 2 млрд. лв., но секторът остава нискоефективен и слабоконкурентен спрямо производителите от Черноморския регион и ЕС (вж. Международен съвет по зърното, 2016). Въпреки това той има висок експортен потенциал и е с най-голям относителен дял в аграрния износ на България. През последните няколко години стойността на износа на *житни култури* надхвърля 1 млрд. лв. годишно, като през 2014 г. е 1,8 млрд. лв. (вж. Аграрен доклад, 2010-2015).

Основните проблеми на националния пазар на зърно са свързани с неефективната държавна политика (законодателна, интервенционна и т.н.). Зърнопроизводителите предпочитат нерегламентираната търговия и не се възползват от възможността за застраховане на цената на стоковите борси

⁵ Включва: пшеница, твърда пшеница, царевича, ечемик, ръж, овес, тритикале, слънчоглед, рапица, репица, сорго, кориандър, соя, просо, синап, сусам, мак, лен, грах, резене, нахут, леща, оризова арпа, фасул.

⁶ Според действащия закон търговските сделки, с които се прехвърля собствеността върху зърно, се сключват в писмена форма и с декларация от земеделския производител за произход и добра земеделска практика, но много често реално се спазва само последното изискване.

(хеджиране), както и от предимствата при безналична търговия със зърно чрез т.нар. складови записи,⁷ които предоставя законът (различни начини за финансиране, за намаляване на транспортните разходи и др.). Тези от тях, които не разполагат със собствени складови бази, предпочитат съхранението да се осъществява на по-ниско технологично ниво с привидно по-малки разходи, но при по-лоши условия, което понижава качеството и цената. Това свидетелства, че пазарът на зърно в страната е хаотичен и неорганизиран и от възможностите за печеливша търговия и износ се облагодетелстват основно големите търговци.

• *Производството на тютюн* е един от добре развитите подотрасли на растениевъдството с висока експортна насоченост, но у нас този пазар се намира под силното въздействие на разнородни фактори, вкл. политически. Секторът продължава да се субсидира предимно с политически цели, но не и за преориентиране към алтернативни производства, за което е предназначено финансирането от Общата аграрна политика (ОАП) на ЕС през новия референтен период (2014-2020 г.). Тютюнопроизводството периодично изпада в кризи, имащи социален ефект, защото от него зависи поминъка на много земеделски производители. Този пазар е доминиран от големи изкупвачи на суровината („Булгартабак Холдинг“ АД и мултинационални компании), което оказва определящо влияние върху формирането на цените и създава благоприятни условия за картел при изкупуването на суровина. Барометър за основната част от купувачите на тютюн е „Булгартабак“ - обикновено те изчакват старта на неговата изкупна кампания, защото холдингът е един от основните потребители и годишно изкупува около 5 хил. т тютюн от цялата страна. Не се постига баланс между търсенето и предлагането чрез сключването на договори, тъй като те не се спазват. Законът за тютюна и тютюневите изделия задължава производителите да продават само на регистрирани изкупвачи, а това не допринася за подобряването на пазарните им позиции.

По данни на Националната асоциация на тютюнопроизводителите 2010 през последните години производството на тютюн в България осезаемо намалява – от над 36 хил. т през 2013 г. до около 23 хил. през 2015 г. През изминалата 2015 г. от ориенталската сортова група са произведени около 10 хил. т „Басми“ и около 2 хил. тона „Каба Кулак“, а от двата едроллистни сорта „Бърлей“ и „Виржиния“ - съответно 3500 и около 7000 т. Изкупните цени при различните сортови групи на тези тютюни през 2016 г. са: за „Басми“ - 4,5-5 лв./кг; „Каба Кулак“ - 3,7-4,2 лв.; „Бърлей“ - 2,4-3 лв. и „Виржиния“ - 4,2-4,4 лв./кг. Потенциалът на националния пазар на тютюн е над 97 млн. лв., като при изброените сортови групи той е съответно 47,5 млн., 8 млн., 11,2 млн. и 30,1 млн. лв. Както посочихме, пазарите на тютюн в България са доминирани

⁷ Складовият запис за влог на зърно се състои от стоков запис и заложен запис, които са ценни книги на заповед и могат да бъдат обект на търговия, вкл. и на стокова борса.

от седем-осем големи фирми и те изкупуват на цени, при които разликата между най-високо- и най-нискокачествения тютюн е много малка – под 1 лв.

● *Лозарството и винарството* са добре развити и с вековни традиции в България. От учредяването си досега ЕС е в състояние на свръхпроизводство на вино, което е и основната причина за общата организация на пазара в сектора и за неговата свръхрегулация – той е най-регулираният в европейски мащаб и на практика не функционира в условията на свободен пазар. В България държавният контролен орган е Изпълнителната агенция по лозата и виното (ИАЛВ) към министъра на земеделието и храните, която следи за спазването на изискванията на Закона за виното и спиртните напитки. ИАЛВ управлява лозарския потенциал на страната, като упражнява контрол върху правата за засаждане на нови лозя, презасаждане и изкореняване на лозови насаждения.

Лозаро-винарският сектор е един от първите, за които нормативната уредба предвижда висока степен на саморегулация. Във връзка с това е създадена Националната лозаро-винарска камара, която заедно с шестте си регионални подразделения (камари) има задача да популяризира развитието и да поддържа конкурентоспособността на българското лозарство и винарство. В нея членуват 70 големи винопроизводители, на които се падат 90% от произведеното количество вино. Макар че общият брой на производителите на грозде в страната е над 70 хил., лицензираните винопроизводители са едва около 250. Тъй като винопроизводителите все повече разчитат на собствени насаждения, производителите на грозде, които не са затворили цикъла до преработката му във вино, изпадат в по-неизгодно положение при реализацията. От нетен износител в края на XX век с около 80% дял в експорта сега секторът реализира половината от продукцията си на националния пазар.

През последното десетилетие площите с лозови насаждения в България намаляват трайно – от 94 724 ха през 2005 г. до 52 587 ха през 2014 г. (вж. Министерство на земеделието и храните, 2015). Водещо място в структурата на лозовите насаждения заемат червените винени сортове с относителен дял над 60%, следвани от площите с бели – над 30%, и десертни винени сортове – около 5%. Над 90% от произведеното грозде се преработват във вино и други продукти на гроздова основа, а останалата част е за директна консумация в пряко състояние. По данни на МЗХ през 2010-2015 г. годишното производство на грозде (лозя и асми) в страната се колебае значително, като средно за периода е около 250 хил. т (вж. Аграрен доклад, 2010-2015). Макар че варира, пазарната цена на гроздето е средно около 600 лв./т, което формира пазар на едро за над 150 млн. лв. Основните потребители на грозде са вин-промишлеността, поради което те оказват най-силно влияние върху цената.

Действащият Закон за виното и спиртните напитки урежда условията и реда за производство, преработка, етикетирание, търговия, контрол на гроздето и т.н. Контролът от лозето до избата се осъществява от Изпълнителната агенция по лозата и виното. Тя отговаря за регистрацията на количеството гроз-

де, постъпващо в преработвателите, и на количеството направено вино, следи качеството и продажбите, а при установяване на нарушения налага глоби. Според закона лозарите имат право да продават грозде само на лицензирани производители на вино, каквито са винарските изби. Когато никой от тези производители обаче не е склонен да купува или пък предлага много ниска цена, която не покрива направените разходи, гроздето се разваля или се продава на пазарите „на черно“. Изкупните цени в България са същите, както в държавите от Западна Европа. Разликата е в добивите – те са чувствително по-малки, което води до по-висока себестойност на българското производство. При ниските изкупни цени на този неорганизиран и висококонкурентен пазар лозарите нямат средства за инвестиции и често продават с незначителна печалба или на загуба.

● *И пазарът на едро на прясно мляко* в България се характеризира с ниски изкупни цени, като за голяма част от производителите те реално не покриват себестойността. До март 2015 г. животновъдите кандидатстват за своя индивидуална квота в МЗХ и продават на млекопреработвателите в рамките на разрешените им количества. Дотогава, за да се гарантира изкупуването, се изисква сключването на задължителни договори между производителите и преработвателите. След отпадането на квотната система от април 2015 г. пазарът се либерализира, което реално доведе до ново реструктуриране според конкурентните предимства на млекопроизводителите в България и в отделните страни от ЕС.

По данни на Министерството на земеделието и храните през периода 2010-2015 г. производството на краве мляко у нас се колебае малко над 1,1 млрд. л (1,1 млн. т). Това производство традиционно съставлява около 90% от общия добив на мляко в страната (вж. Аграрен доклад, 2010-2015). Цената на едро на кравето мляко за разглеждания период се изменя от 0,5 до 0,7 лв./кг, или средно 0,6 лв./кг. Това показва, че потенциалният национален пазар на едро на прясно краве мляко надхвърля 660 млн. лв.

● *Пазарът на пчелен мед* в България е неорганизиран – основно под формата на индивидуални преговори между производителите и посредниците. Пчелният мед се търгува предимно като суровина и цената му се формира основно от големите търговци на едро. Потенциалът на пазара на опрашване в България (на базата на пазара на пчелен мед) надхвърля 1 млрд. лв. (вж. Любенов, Христов, 2014), което е свидетелство за големите му перспективи и потенциал за развитие. Поради липсата на всестранно развито растениевъдство, ниската обществена и професионална оценка, неадекватната законодателна база и т.н. реалното състояние на този пазар в момента обаче е крайно незадоволително.

Годишното производство на пчелен мед в България след 2010 г. е около 10 хил. т. По данни на МЗХ през периода 2010-2015 г. около 20% от това количество остават за собствена консумация и за подхранване на пчелите, под 25% се реализират чрез директни продажби на краен потребител и над 50% -

чрез търговци на едро (вж. Аграрен доклад, 2010-2015). Средната цена на едро на пчелен мед на българския пазар е около 5 хил. лв./т, т.е. потенциалният пазар на едро е за над 50 млн. лв. Съвкупното предлагане на националния пазар се формира от множество дребни и несвързани помежду си производители на пчелни продукти. Търговците на едро инициират основната част от търсенето, поради което са фактор с определящо влияние върху цената на пчелния мед в България.

●Пунктовете за изкупуване и обектите за преработка, съхранение и продажба на *гъби, плодове и зеленчуци и други диворастящи, горски, култивирани и биологично отглеждани продукти* трябва да се регистрират по Закона за храните. Собствениците на фирми и едноличните търговци, които се занимават с изкупуване на диворастящи гъби и горски плодове, са задължени да подават заявления за регистрация до областните дирекции по безопасност на храните, след което обектите се вписват в регистрите на Българската агенция по безопасност на храните.⁸ На тези, които не отговарят на нормативните изисквания, се връчват предписания с разумни срокове за отстраняване на несъответствията.

●Изкупвателните пунктове за *охлюви* се регистрират по Закона за биологичното разнообразие. Позволено е събирането само на охлюви с диаметър на черупката, не по-малък от 28 мм. За целта пунктовете трябва да са съоръжени с калибровъчни сита, през които се пресяват събраните животни, а търговците са длъжни да върнат маломерните охлюви в естествената им природна среда.

●Съгласно Закона за лечебните растения и Наредба 5/2004 *билкозаготвителните пунктове и складовете за билки* подлежат на регистрация в структурите на Министерството на околната среда и водите. Пазарите в сектора са експортноориентирани и са детерминирани нормативно от държавата, за да се регулира и контролира потреблението на такива ограничени природни ресурси. По своята същност обаче тези пазари са предимно неорганизирани.

●България е един от най-големите производители и има силни позиции на бутиковите *пазари на етерични култури* – лавандулово и розово масло.

Годишното производство на розов цвят след 2010 г. е около 10 хил. т, от което се извличат около 1,5 - 2 т *розово масло*. В световен план цените на розовото масло бележат устойчив ръст – от около 4500 EUR/кг преди пет години те достигат малко над 6 хил. EUR/кг за конвенционалното и около 7 хил. EUR /кг за биологичното, а през 2015 г. са вече 8 хил. EUR/кг. Последната стойност се дължи на слабото производство в България – около 800 кг, защото страната осигурява около 40% от розовото масло на световните пазари.⁹ Производството на розово масло у нас е експортноориентирано, тъй като

⁸ www.babh.government.bg

⁹ <http://www.bnaeopc.com>.

търсенето на международните пазари е стабилно. Основният износ традиционно е за Франция, която е най-големият потребител, следвана от Япония, САЩ, Швейцария, Великобритания, Германия, Испания и др. Стойността на експорта на този продукт нараства устойчиво през последните пет години¹⁰ – от 18,9 млн. лв. през 2010 г. до 36 млн. лв. през 2014 г.

Преди около 8 години световните добиви на *лавандула* започват да намаляват, а цените се увеличават чувствително. Това стимулира българските розоварни, които са ангажиран в кампанията по преработка на рози само през няколко седмици годишно, да запълнят капацитета си чрез преработка на лавандула. Годишното производство на цвят от лавандула в България се увеличава значително след 2010 г., като от около 6 хил. т достига почти 16 хил. т през 2014 г. През 2015 г. производството на лавандулово масло у нас надхвърля 200 т (за сравнение Франция традиционно произвежда около 40 т).¹¹ През последните години цената на този продукт е между 80 и 100 лв./кг. Българският износ на масло от лавандула е насочен главно към Франция, но значителна част остава и за вътрешно потребление. През последните пет години стойността на експорта нараства съществено – от 6,6 млн. лв. през 2010 до 17,7 млн. лв. през 2014 г.¹²

*

Според проучване на „Ernst & Young“ 17,1% от икономиката на България през 2014 г. е „сива“, като с най-голям дял (около 43%) е производството на хранителни продукти, напитки и тютюневи изделия. Следват търговията с горива (9,4%) и оборотите на ресторанти, барове и кафенета (8,1%).¹³ Отчитайки хоризонталната и вертикалната интеграция на тези сектори с производството на земеделски суровини, може да се предположи, че в България има много голям „сив“ сектор и в сферата на неорганизираните агропазари, където регионални монополи и силови групировки диктуват условията на размяна и възпрепятстват реализацията чрез конкуренция.¹⁴

Значителна част от произведените у нас земеделски продукти се реализират на чуждестранни агропазари. През 2014 г. относителният дял на аграрния сектор в общия износ, внос и стокообмен за страната е съответно 16,7, 9,4 и 12,7%, като традиционно продължава да формира положително търговско

¹⁰ Капитал, 8-14 август, 2015.

¹¹ <http://www.bnaeopc.com>, 2015.

¹² Капитал, 8-14 август, 2015.

¹³ <http://www.dnevnik.bg/biznes/finansi/09.11.2015>.

¹⁴ След образуване по сигнал на Комисията за защита на конкуренцията производства за установяване на евентуални нарушения на Закона за защита на конкуренцията, свързани с повсеместно и рязко увеличение на цените на някои хранителни продукти, и след обжалване в законоустановения срок през 2010 г. Върховният административен съд потвърждава наличието на картели в секторите „мляко“, „олио“, „хляб“, „яйца“ и „пилешко месо“.

Неорганизираните агропазари в България

салдо. Водещо място в аграрния ни износ имат зърнените и маслодайните суровини (вж. таблицата). ЕС остава основен партньор в аграрната търговия на България - той заема 72,1% от общия стокообмен със земеделски продукти в размер на около 6 млрд. USD. От началото на 2015 г. износьт на български храни и напитки надхвърля 3 млрд. лв., което е ръст от около 10% спрямо същия период на 2014 г.¹⁵

Таблица

Водещи земеделски продукти в българския износ през 2014 г.

| Наименование на продукта | Количество (тона) | Стойност (USD) | Дял от общия агроекспорт (%) |
|--|-------------------|----------------|------------------------------|
| Пшеница и смес от пшеница и ръж | 2 839 897 | 698 538 984 | 14,2 |
| Семена от слънчоглед, дори натрошени | 875 172 | 497 141 158 | 10,1 |
| Царевица | 1 833 168 | 376 486 283 | 7,6 |
| Цигари и пури, съдържащи тютюн | 23 786 | 301 480 930 | 6,1 |
| Слънчогледово, шафраново или памучно масло и техните фракции, дори рафинирани, но не химически променени | 329 731 | 245 338 482 | 5,0 |
| Хлебарски, тестени сладкарски или бисквитени продукти, дори с прибавка на какао | 71 863 | 211 998 132 | 4,3 |
| Семена от репица или рапица, дори натрошени | 461 524 | 205 819 831 | 4,2 |
| Сурови или необработени тютюни, отпадъци от тютюн | 33 046 | 176 985 640 | 3,6 |
| Меса и карантии, годни за консумация, от домашни птици от № 0105, пресни, охладени или замразени | 41 575 | 168 649 087 | 3,4 |
| Сирена и извара | 27 262 | 130 532 000 | 2,6 |
| Препарати от видовете, използвани за храна на животни | 82 777 | 127 140 724 | 2,6 |
| Ечемик | 528 596 | 112 916 654 | 2,3 |
| Шоколад и други хранителни продукти, съдържащи какао | 21 266 | 97 920 425 | 2,0 |

Източник. Министерство на земеделието и храните. Аграрен доклад, 2015.

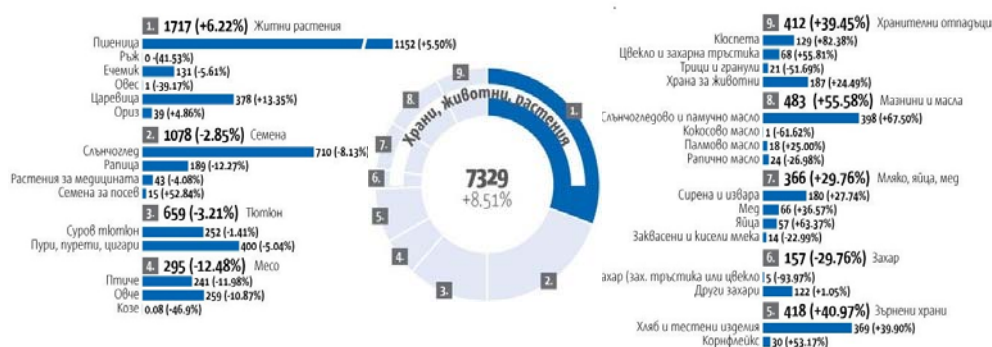
Настъпилите промени в износа на храни, животни и растения през 2015 спрямо 2012 г. са представени във фиг. 2.¹⁶

¹⁵ www.regal.bg, 30.10.2015.

¹⁶ Машините на растежа. - Капитал, 19-25 март 2016.

Фигура 2

Износ на храни, животни и растения, 2015 г.
(млн. лв., % спрямо 2012 г.)



От представените в изследването данни могат да се направят следните **обобщения**:

В условията на евроинтеграция българската икономика постига сравнителни конкурентни предимства, а експортът на стоки на хранителната индустрия се развива по-интензивно от общия за страната. Много слабо се използва обаче потенциалът на азиатските и арабските агропазари, на които България има по-големи конкурентни предимства в някои области.

Българските земеделски производители изнасят земеделски продукти на чуждестранни пазари за над 3 млрд. лв., но с ниска добавена стойност, т.е. продават сравнително евтино. Вътрешният пазар на дребно на храни и напитки надхвърля 12 млрд. лв. и е доминиран от вносни земеделски продукти. Следователно българските земеделски производители продават евтино, а потребителите са принудени да купуват на дребно и скъпо. Това е доказателство за недалновидността на държавната политика по отношение на агропазарите, която ощетява както българските земеделски производители, така и потребителите.

Неорганизираните агропазари са много разнородни както по форма, така и по видове земеделски продукти. Тъй като функционирането им не изисква прилагането на строго определени и типизирани правила, не е възможно да се предложи единна класификация и типология. Такива пазари се администрират от различни министерства и структури при лоша координация между тях. Законодателната база в тази област е сложна и противоречива, като в много случаи по-скоро възпрепятства директната реализация на произведената земеделска продукция, отколкото да я подпомага. Неорганизираните агропазари в България не могат да осигурят равновесна цена на земеделските продукти, не намаляват риска и не подобряват рентабилността на земеделските произ-

водители. Поради тези причини и имайки предвид, че агропазарите до голяма степен зависят от националните и от глобалните геополитики, които предопределят насоките и мащабите на тяхното развитие, държавната политика трябва да се преориентира към преход от неорганизирани към организирани пазари.

Ролята и значението на държавата като стимулиращ фактор за развитието на агропазарите се състои във формирането на законодателна база с ясни правила за функционирането им; в осъществяването на контрол върху картелите, „сивия“ сектор и безопасността на агропродуктите; в създаването на агропазари на национално, регионално междууправителствено и глобално ниво; в изграждането на инфраструктура – пътища, пристанища, складова и хладилна база, съоръжения за първична обработка и др. България не се справя добре в тези области и изостава значително както от държавите в нашия регион, така и от страните-членки на ЕС. Отсъствието на целенасочена държавна политика, големият „сив“ сектор, неорганизираните и слабо развитите национални агропазари не предлагат добри алтернативи и условия за бърза и рентабилна реализация на земеделски продукти на българските и международните агропазари.

Чрез директните субсидии на единица площ аграрната политика на ЕС предизвиква бурно развитие на зърнопроизводството в България. Не може обаче да се каже същото за агропазарите - в някои от тях напредъкът е много слаб, а в други (например азиатските, арабските и т.н.) изцяло липсва.

Използвана литература:

Любенов, Л. (2014). Агропазари. Русе.

Любенов, Л. (2014а). Маркетинг. Русе.

Любенов, Л. (2016). Пазари и реализация на земеделски продукти. Русе.

Любенов Л., И. Христов (2014). Пазари и реализация на биологични пчелни продукти. – В: Научни трудове на РУ „А. Кънчев“. Русе.

Закон за стоковите борси и тържищата. - Обн. ДВ. бр. 93 от 01.11.1996, посл. изменения и допълнения от 13.02.2015.

Закон за съхранение и търговия със зърно. - Обн. ДВ. бр. 93 от 11.08.1998, посл. изменения и допълнения от 20.12.2013.

Закон за тютюна и тютюневите изделия. - Обн. ДВ. бр. 101 от 30.11.1993, посл. изменения и допълнения от 13.02.2015.

Закон за виното и спиртните напитки. - Обн. ДВ. бр. 45 от 15.06.2012, посл. изм. и доп. ДВ. бр. 26 от 21.03.2014.

Закон за биологичното разнообразие. - Обн., ДВ, бр. 77 от 9.08.2002, посл. изм. и доп., бр. 66 от 26.07.2013.

Закон за храните. - Обн. ДВ. бр. 90 от 15.10.1999, посл. изм. и доп. ДВ, бр. 26 от 21.03.2014.

Закон за лечебните растения. - Обн. ДВ. бр. 29 от 7.04.2000, посл. изм. и доп. ДВ. бр. 98 от 28.11.2014.

Закон за защита на конкуренцията. - Обн. ДВ. бр. 102 от 28.11.2008, посл. изм. и доп. ДВ. бр. 56 от 24.07.2015.

Министерство на земеделието и храните. Аграрен доклад, 2010-2015.

Министерство на здравеопазването и Министерство на околната среда и водите. Наредба № 5/19.07.2004 г. за изискванията, на които трябва да отговарят билкозаготвителните пунктове и складовете за билки. - ДВ, бр. 85 от 28.09.2004.

Интернет-източници:

Министерството на земеделието и храните, <http://www.mzh.government.bg>, 2015.

Министерство на околната среда и водите, <http://www.moew.government.bg>, 2015.

Международен съвет по зърното (2016), <http://www.igc.int>

Национална асоциация на тютюнопроизводителите 2010, <http://www.nat2010.bg>, 2016.

Национална служба по зърното, <http://www.nsz.bg>, 2015.

Изпълнителна агенция по лозата и виното, <http://www.eavw.com>, 2015.

Българска агенция по безопасност на храните, <http://www.babh.government.bg>, 2015.

Българска национална асоциация „Етерични масла, парфюмерия и козметика“, <http://www.bnaeorc.com>, 2015.

Комисия за защита на конкуренцията, <http://www.cpc.bg>, 2015.

www.capital.bg.

www.dnevnik.bg, 2015.

www.regal.bg, 2015.

21.1.2016 г.