

## Development of the farmers' markets in Bulgaria

Petia Branzova

*Economic research institute, Bulgarian academy of science, Bulgaria*

**Abstract:** The paper presents the development of the farmers' markets in Bulgaria for the last ten years. The problems faced by farmers, the prospects for them and the possibilities for assistance from the state and the European Union are characterized.

**Keywords:** agricultural market, farm markets, short chains, direct sales.

## Развитие на пазарите на земеделските производители в България

Петя Брънзова

*Институт за икономически изследвания, Българска академия на науките, София*

**Резюме:** В доклада е представено развитието на пазарите на земеделските производители в страната за последните десет години. Характеризирани са проблемите, с които се сблъскат земеделските производители, перспективите пред тях и възможностите за помощ от страна на държавата и Европейския съюз.

**Ключови думи:** пазар на земеделски производители, фермерски пазари, къси вериги, солидарно земеделие, директни продажби.

### Въведение

Селското стопанство продължава да бъде един от най-динамичните сектори у нас. Провокирани от много фактори земеделските производители непрекъснато търсят начини да повишат своите добиви или да подобрят своето производство.

В голямата си част земеделието и особено биоземеделието, се развива от малки земеделски стопанства/семејни ферми, които произвеждат качествени и автентични храни, но в малки количества, при това сезонно обусловени. Част от тези продукти не са биосертифицирани, но са натурални и резултат от устойчиви земеделски практики, предавани от поколение на поколение. Това е основната причина, която хората посочват за нарастващия си интерес към храни от местни производители. Според тях, храните без пестициди, консерванти, ГМО и др., ще допринесат за по-доброто им здраве. Основният проблем, обаче е как собствената продукция да стигне до крайния потребител. Съществуващите пазарни институции и пазари на производителите са силно доминирани от търговци и прекупвачи, което възпрепятства създаването на нормални пазарни отношения в земеделското производство. Един от начините за преодоляване на тези проблеми е усъвършенстването на пазарните механизми за реализация на земеделските продукти и търсенето на директен контакт с клиента.

В доклада са разгледани различните видове земеделски пазари, възможностите, които дават те, както на потребителите, така и на производителите на земеделски продукти. Също така са представени възможностите за финасово подпомагане от страна на държавата и ЕС, за съответните пазари и е направен опит да се изведат препоръки за по добър „контакт” между потребители и производители.

### Пазари на земеделските производители

Пазарът на земеделските производители (фермерските пазари) е физически пазар на дребно, където се предлагат храни, продавани директно от земеделските производители за

потребителите. Фермерски пазари обикновено се състоят от кабинни, маси или щандове, на открито или на закрито, където фермерите продават плодове, зеленчуци, месо, а понякога и приготвени храни и напитки. Те се отличават от публичните пазари, които обикновено се намират в постоянни структури, работят целогодишно и предлагат разнообразие от пакетирани храни и нехранителни стоки. [1][2]

Съществуващите в света пазари на земеделските производители отразяват местна култура и икономика.

Настоящата концепция на пазара на земеделските производители е подобна на концепциите в миналото, като аспекта на потребителите на дребно, като цяло, продължава да се измества във времето. Подобни форми са съществували преди индустриалната епоха, но и често са били част от по-широки пазари, където доставчиците на храни и други стоки, събирали на дребно своите изделия.

Съвременното промишлено производство на храни има предимство пред предишни методи, което се основава предимно на съвременния евтин, бърз транспорт и ограничена изменчивост на продукта. Но транспортните разходи и забавянето не могат да бъдат напълно елиминирани. Напоследък потребителското търсене на храни, които са по-свежи (прекарват по-малко време в режим на транзит) и храни с по-голямо разнообразие- е довело до ръст на фермерските пазари, като предпочитани храни.

Фермерските пазари могат да предложат на земеделските стопани по- високи печалби отколкото печалбата, която биха получили при продажба на дребно, на преработватели или на големите хранителни вериги. Това се дължи на факта, че посредниците са изключени от веригата. [3] Чрез продажбата директно на потребителя, производителя има по- малко разходи за:

- Транспорт;
- Обработка;
- Охладителна техника;
- Склад.

Чрез продажбата на открити пазари, разходите за сгради, осветление и климатизация също са намалени или елиминирани. Земеделските производители могат да задържат печалбата на продуктите, които не се продават на потребителите, чрез продажба на излишъка, за консервни предприятия и други фирми от хранително-вкусовата промишленост.

Потребителите започват да предпочитат фермерските пазари не само, защото получават здравословни и свежи храни, но и защото (особено за големи държави като САЩ, Канада и т.н) те са свързани с по- малко транспортни разходи. Фермерските пазари се превръщат също така и в място, където хората се срещат и комуникират, където могат да се насладят на разходка на открито, докато получават необходимите хранителни продукти. Това може да се каже и за българските фермерски пазари в областните градове.

Благодарение, отчасти на повишения интерес към по-здравословни храни, по-голямо желание да се запазят местните сортове и животни и повишеното разбиране за важността на поддържането на малки, устойчиви земеделски стопанства в градската среда, селскостопанските пазари в САЩ са се увеличили от 1755 през 1994 г. на 4385 през 2006 г., [4], за да стигнат 5274 през 2009 г., [5] и 8144 през 2013 г. [6] В Ню Йорк, има 107 фермерски пазара [6], в района на Лос Анджелис, 88 [7] като пазара в Лос Анджелис е бил в непрекъсната експлоатация от 1934г..

Във Великобритания, броят на фермерските пазари е нараснал до над 550 в цялата страна. [8] Редица фактори водят до възхода на земеделските пазари във Великобритания в края на 1990 г., включително и увеличаване на знанията на потребителите, борбите на британските фермери, анти-френски настроения, както и опасения за безопасността и качеството на храните [9]. Потребителите са загрижени за земеделски практики, чрез които храната се произвежда и преработва. Появата на книги, статии от списания и готварски

програми повлиява на загрижеността на потребителите за подготовка и консумация на храна [10].

Безопасността на храните е основен приоритет в Европа. От 2000 г. нормите на ЕС са допълнително завишени, за да се гарантира безопасността на храните на гражданите. Новият подход е по-широкообхванат - фуражите и храните са много внимателно проследявани от фермите, където се произвеждат, до масата и "вилищата" на потребителите. Европейските власти внимателно оценяват риска и търсят възможно най-добрите научни препоръки, преди да забранят или разрешат използването на даден продукт, съставка, добавка или ГМО. Това се отнася до всички храни и фуражи, без значение дали произходът им е от страните на ЕС или извън тях.

Безопасност обаче не означава еднообразие. ЕС насърчава разнообразието на база качество. ЕС защитава традиционните храни и продукти в конкретни региони, като гарантира на потребителите ясното им разпознаване от имитациите. Европейският съюз все повече насърчава селскостопанските производители да се концентрират върху качеството - не само по отношение на храните, но и по отношение на околната среда. ЕС уважава правото на потребителя на ясен избор, насърчава обществената дискусия, изисква детайлни етикети върху продуктите, предоставящи подробна информация, и публикува научните препоръки, които получава, така че потребителите да имат сигурност за храните, които консумират.

През последните години все по-често и в България се говори за фермерски пазари. Пазарите на производителите на плодове и зеленчуци, като тези в с. Огняново и с. Долни Дъбник, са места на които производителите от много години предлагат продукцията си и на дребно и на едро. Там пазаруват както индивидуални потребители, така и магазини и хотели и други. Ефективността и ползата от тези пазари мотивират исканията на производители от други райони на страната да се създават и промотират пазари на производителите и в техните общини.

През 2013 г. стартираха и първите фермерски пазари в Пловдив и София. До 2015 г. в София имаше 3 фермерски пазара, към 2018г. вече има над 10. Към 2015г. в Пловдив, Варна и Бургас имаше по 1, към 2018г. и в трите споменати града има по 2. През 2017г. са организирани и летни фермерски пазари в Поморие и Несебър. Трябва да се отбележи, че на тези пазари, производителите са основно био сертифицирани, което ограничава участващите производители.

Друг интересен аспект на фермерски пазар е провеждането му в голям търговски център в София, Пловдив и Варна - това от една страна доближава производителите до онези потребители, които не биха пътували със собствен транспорт до околните села, за да си набавят продуктите, а от друга позволява по-силна промоция и реклама чрез комуникационните канали на търговския център.

Друг интересен пример е фермерския пазар в с. Лозен. Производители на плодове и зеленчуци намериха успешно решение на проблема с ниските изкупни цени и реализацията на продукцията си. Фермерите си организираха Първи частен пазар на производителя по западноевропейски модел, чрез който осъществяват продажбите на плодове и зеленчуци директно. Около 10 производители от региона на Пазарджик са се обединили и реализирали идеята за директна реализация на производството си, на Първи частен фермерски пазар в село Лозен.

### **Начини за разпространение на земеделска продукция**

Освен традиционните начини за разпространение на земеделска продукция все по-голяма сила набират и други способности като директния контакт между производител и потребител все повече добива популярност с названието „къси вериги“ за доставка на храни.

Къси вериги на доставка на храни (КВДХ) е термин, който описва многообразието от традиционни и/или алтернативни начини за производство, разпространение, търговия на дребно на хранителни и други земеделски продукти, като пазари на земеделски

производители, продажба от самото стопанство, интернет поръчки, потребителски кооперативи и др. По-общо казано, една верига на доставка на храна може да бъде определена като „къса”, когато се характеризира с кратко разстояние или намален брой посредници между производителите и потребителите, който в най-добрия случай може да е сведен до нула. Тази къса верига е обект на интерес най-вече за малките стопанства и семейните ферми, заинтересованите потребители, местните общности и организациите на гражданското общество. Тя е сигурен двигател за промяна на предлагането на продукти от малките стопанства и метод за повишаване на устойчивостта, доверието и развитието на производителите в светлината на политиката за развитие на селските райони. Причината е, че когато купува директно от производителя, клиентът получава информация не само за вида на продуктите, методите и технологиите на отглеждането и опаковането им, а и за целия регион. Не само за идентичността и етичните ценности на отделния производител, а и на производителите в региона. От политиката му зависят и вариантите за реализация на продукцията. В тях се намесват като влияние и местните традиции и навици (организиран пазари на производители, кооперативи на потребители, директни продажби във фермите, директни продажби по интернет).

Създаването на възможност за реализиране на къси вериги на доставка на храни, както и внедряването им в житейския оборот, неизменно влече след себе си и трайни положителни въздействия в социален аспект. Затвърждава се връзката между производителите и купувачите като по този начин се създават трайни взаимоотношения между тях. Така и в двете посоки: производител-потребител и потребител-производител се създават взаимно доверие и сигурност. Не на последно място – чрез системно закупуване и използване на висококачествена храна, произведена от местни производители, трайно се променя хранителната култура на хората и едновременно с това цялостно се подобрява качеството на живот в селските райони.

По пътя от производителя до потребителя, обаче, е важно да се прави разграничение между предлагането на храни с местен произход и механизма на къси вериги за доставка на храни. Макар и на пръв поглед да звучат еднакво, те се различават съществено не само по начина, по който на практика функционират, а и по крайните резултати, които се постигат. Предлагането на храни с местен произход се прилага по отношение на продукти, които могат да бъдат открити на мястото, където са произведени (във фермата или в населеното място) и се отличават с характерно качество или свойства. Най-често се предлагат в непреработен или почти непреработен вид. Предлагането на местни продукти дефинира локацията на производство и предлагане без да държи сметка за посредниците по пътя до крайния купувач, за други качествени характеристики на продуктите или за икономическите ползи, както, всъщност, стои въпросът при прилагането на механизма на късите вериги за доставка на храни. Например, един „местен“ продукт би могъл да бъде произведен на едно място, да бъде превозен до отдалечено място, където да се пакетира и етикира, след което отново да бъде превозен до мястото, където е произведен и да бъде закупен от потребителя след неопределено дълъг период от време. За разлика от горното, механизмът на късите вериги на доставка на храни държи сметка за спецификите на конкретната ферма, където са произведени продуктите, както и за начина на отглеждане на последните, за пътя, който са изминали до купувача, за качествата и свежестта. При късите вериги от значение е подробната информация относно характеристиките на продукта, която е на разположение на крайния купувач.

Късите вериги на доставка на храни съществуват като пазарен механизъм навсякъде по света в най-различни форми, както с цел генериране на печалба, така и с чисто идеална цел. Механизмът във функционално отношение обхваща съвместни усилия на обикновени организации на производители и потребители и усилия от страна на правителствата на съответните държави. В България предлагането на хранителни продукти посредством начини, наподобяващи къси вериги на доставка на храни, става все по-разпространено.

Все по-често се разпространява информация за производители на висококачествени биохрана или такива, отглеждани в специфични условия в местни стопанства. Все по-често се срещат щандове или обособени места на пазари, където се предлагат продукти от определена местност или район, придружени с подробна информация за стопанството, начина на отглеждане, както и за резултатите от проведени тестове за качество на продуктите.

В страната ни късите вериги на доставка се реализират предимно на базата на неформална организация между производители и потребители. Най-ярки примери в това отношение са непрекъснато нарастващият брой на фестивали и празници на традиционни и местни храни във всички райони на страната, продажбите на абонаментен принцип на „кошници” със сезонни продукти, интернет поръчки и доставки.

Регламентът за развитие на селските райони за 2014- 2020 г. дава легална дефиниция на понятието „ къси вериги” в член 2, а именно: „Верига за доставки, в която участват ограничен брой икономически оператори, заинтересовани за сътрудничеството, местното икономическо развитие и близките териториални и социални отношения между производителите и потребителите”[11].

Може да се направи следната класификация на късите вериги на доставка:

- Директни продажби от индивидуални производители и микро преработвателни предприятия, производители на собствена суровина;
- Колективни директни продажби;
- Партньорства между производители и потребители.

**Директните продажби** от индивидуални производители са най-пряката форма на продажба, която също така съществува най-дълго. Различните видове индивидуални директни продажби включват: продажба на място от стопанство, на пазари на земеделски производители, на щанд по оживени пътни артерии, в собствен магазин, в хотел или ресторант към стопанството, в доставка по домовете на потребителите, особено в районите в близост до градски центрове. Предимството при този вид директни продажби е възможността потребителите да общуват лично с производителите, като по този начин се опознават един друг, опознават стопанството и продукцията, използваните производствени методи и практики.

**Колективни директни продажби** се осъществяват, когато група производители си сътрудничат и организират обща схема за доставка на храни към групи на потребителите, при интернет доставки, на местни фестивали и др. При тази форма на директни продажби е възможно участието на посредник, който събира продукцията от различните производители и я доставя на крайния потребител. Предимството на този вид директни продажби е достигането до потенциално по-големи пазари за производителите, както и предлагането на по-широка гама от хранителни продукти за крайните потребители. Партньорствата между производители и потребители позволяват на потребителите да имат по-голяма роля при подпомагането на местните стопанства и земеделски производствени системи. Най-честата форма на партньорство е, когато потребителите споделят част от производствените разходи в стопанството, като в замяна получават договорено количество продукция.

През последните години все по-често и в България се говори за къси вериги на доставка и **солидарно земеделие**.

Най-общо солидарното земеделие, или както го наричат по света Community Supported Agriculture (земеделие, подкрепено от общността) е реализираната среща, която възстановява връзката на хората от големия град с храната и земята, където тя е родена и също така с онези, които по един осъзнат и биологично чист начин обработват земята и отглеждат храната – фермерите.

При солидарното земеделие се поставя акцент върху ценности като солидарност, доверие, взаимна подкрепа и позитивен диалог, върху които се изграждат трайни партньорски взаимоотношения.

Структурата е сравнително проста и се базира на няколко основни момента. Хората от града се запознават на живо с производителите. Създава се неформална солидарна общност от домакинства, които искат да се абонират за бъдещата реколта на фермата. Всяко домакинство прави списък на продуктите и тяхното количество, които би искало да получава през сезона. Впоследствие, заедно с производителите, се преценява какво реално те могат да отгледат и кога и как то ще бъде доставяно. На базата на съвместно изработения списък с планирани продукти членовете на солидарната земеделска общност стигат до споразумение с производителя за цената, количеството, периодичността и начина на доставка на продуктите. Като членове на група за солидарно земеделие, потребителите предварително се абонират за участие в групата, като заплащат сезонен аванс или месечна сума / „членски внос“ (предварително договорена от всички членове на групата заедно с фермера). Според условията на предварителната уговорка, фермата всяка седмица снабдява членовете на солидарната група с предварително договорена част от сезонната продукция – обикновено това е една кошница от около 10-15 кг., която съдържа равномерно разпределен дял от целия асортимент на сезонната реколта [12].

### **Ползи от пазарите на земеделските производители**

Ползите от пазарите на земеделските производители са както социални и икономически, така и екологични.

**Социални ползи:** изразяват се в повече и по-добри възможности за заетост на местно ниво, изискващи и насърчаващи придобиването на нови знания и умения; насърчава се социалния контакт между хората от градските и селските райони, повече възможности за сътрудничество и взаимодействие; потреблението в по-кратки срокове се отразява положително върху здравето на консуматорите, тъй като се съхранява в по-голяма степен витаминния състав и хранителната стойност на продуктите.

**Икономически ползи:** изразяват се в получаването на по-справедлива цена и навлизането на свежи финансови средства в местната икономика; подобряване доходите на дребните стопанства, повишаване стандарта им на живот, изграждане и поддържане на местни пазари и магазини; запазване и възстановяване жизнеността на територията; местното производство на храни и късите вериги на доставки добре се комбинират с развитието на местния туризъм.

**Екологични ползи:** екологосъобразни методи на производство, в хармония с местните природни дадености; намаляване на емисиите при ограниченото транспортиране на храни; пощадящи практики за почвообработка при използването на малогабаритна техника; в тези системи се използват по-малко опаковки, което води до намаляване на количеството отпадъци.

### **Подкрепа за пазарите на земеделските производители**

Възможност за подкрепа в полза на малките стопанства и дребните производители, желаещи директно да предлагат произведената продукция, е предоставяната държавна финансова помощ по реда на Наредба № 26 от 14 октомври 2010 г. за специфичните изисквания за директни доставки на малки количества суровини и храни от животински произход. С тази наредба се уреждат редът и условията на директната доставка, извършена от производителя до крайния потребител или до местни обекти за търговия на дребно, които извършват директни доставки на краен потребител; доставката на храни от животински произход, обработени и/или преработени в обект за търговия на дребно до други обекти за търговия на дребно; редът за регистрация на производителите, които осъществяват доставки по реда на тази наредба, както и обектите, в които се осъществява търговска дейност по реда на наредбата. В най-общи линии, с наредбата се дава възможност на производителите да осъществяват търговия на дребно с хранителни продукти от животински произход, като контролът се осъществява от Българска агенция по безопасност на храните посредством

прилагане на национални правила, регулиращи изключенията на Регламент (ЕО) No853/2004 за определяне на специфични хигиенни правила за храните от животински произход.[13]

Конкретната мярка, която най-вече е насочена към подпомагане и стимулиране на къси доставки на храни по ПРСР 2014- 2020 г., е мярка 16 „Сътрудничество,–хоризонталното и вертикалното. По линия на Програмата за развитие на селските райони могат да бъдат използвани и други инструменти – създаване на групи производители, ЛИДЕР, схеми за качество на селскостопанските продукти и храни, основни услуги и обновяване на селата в селските райони, инвестиции в материални активи, трансфер на знания и информационни дейности, консултантски услуги и управление на земеделски стопанства и услуги по заместване в стопанствата.

Според фермерите наредбата по-скоро ги ограничава, отколкото помага, заради различните изисквания, заложили в нея, като търгуването с местни продукти на територията на областта на стопанството и на една съседна.

Приемът по подмярка 16.1 „Подкрепа за сформирани и функциониране на оперативни групи в рамките на Европейското партньорство за иновации“, по индикативни данни на Министерството на земеделието, храните и горите (МЗХГ), е заложен за месец ноември 2017 г. Максималният размер на допустимите разходи за един иновативен проект е в размер на 1 млн. евро.[14]

В началото на месец март 2017 г. УС на Държавен фонд „Земеделие“ (ДФЗ) утвърди 100 000 лева финансов ресурс по схема на държавната помощ „Инвестиции за изграждане на търговски помещения и закупуване на търговско оборудване за земеделски стопани, осъществяващи директни доставки на малки количества суровини и храни от селскостопански животни“ за тази година. По схемата е възможно възстановяване на 50% от извършените разходи за изграждане на търговски помещения и закупуване на търговско оборудване за осъществяване на директни доставки на малки количества суровини и храни от животински произход.

### **Заклучение**

В доклада е представено развитието на пазарите на земеделските производители в България през последните десет години. Направен е опит да се представи текущото състояние на пазарите за земеделски стоки, да се разгледа финансовото подпомагане на фермерските пазари в България през този период и са очертани основните проблеми, с които те се сблъскват.

Фермерските пазари в България са добра практика за установяване на нов тип взаимоотношения между производители и потребители на фермерски храни и могат да бъдат успешен бизнес модел с потенциал за принос към постигането на устойчиво развитие. За да се отговори адекватно на съвременните реалности, тенденции и предизвикателства в развитието на фермерските пазари и да бъдат насърчени и разширени като социална и икономическа инициатива са необходими действия в две основни насоки – и по отношение на производителите, и по отношение на потребителите – във връзка с осигуряване на широка обществена подкрепа, ясни законови изисквания и тяхното спазване, както и подкрепа на местно ниво, свързана с инфраструктура, финансиране и информированост.

### **Използвана литература**

1. Public markets differ from farmers markets. Michigan State University.
2. The Difference Between Public Markets and Farmers Markets. 7th street public market, Charlotte NC USA.
3. <https://www.dosomething.org/tipsandtools/why-buy-locally-grown>
4. <http://www.ams.usda.gov/services/local-regional> Agricultural Marketing Service - Farmers Markets and Local Food Marketing.
5. Number of Farmers Markets Mushrooms. Black, Jane, *Washington Post*. 2009
6. <http://www.agriculture.ny.gov/AP/CommunityFarmersMarkets.asp>

7. <http://ww2.farmers-market-place.com/?folio=9POR7JU99> Farmers Markets in Los Angeles, California.
8. <http://www.farma.org.uk/> Representing Local Foods in the UK.
9. Holloway, Lewis and Moya Kneafsey (July 2000). "Reading the Space of the Farmers' Market: A Preliminary Investigation from the UK". *Sociologia Ruralis* 2013.
10. Holloway, Lewis; Kneafway, Moya. "Reading the Space of the Farmers' Markets: A Preliminary Investigation from the UK". *Sociologia Ruralis*. 2015.
11. РЕГЛАМЕНТ (ЕС) No 1305/2013 НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА от 17 декември 2013 година относно подпомагане на развитието на селските райони от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони (ЕЗФРСР) и за отмяна на Регламент (ЕО) No1698/2005 на Съвета
12. <https://www.naas.government.bg/bg/download?id=3459>
13. [http://www.babh.government.bg/userfiles/files/KH/Doc/NAREDBA\\_26\\_ot\\_14102010\\_g\\_za\\_specifcnite\\_iziskvaniq\\_za\\_direktni\\_dostavki\\_na\\_malki\\_kolicestva\\_surovin.pdf](http://www.babh.government.bg/userfiles/files/KH/Doc/NAREDBA_26_ot_14102010_g_za_specifcnite_iziskvaniq_za_direktni_dostavki_na_malki_kolicestva_surovin.pdf)
14. [www.mzh.government.bg](http://www.mzh.government.bg)