

Добри търговски практики при управлението на къси вериги за
доставки на пресни храни

Бойко Дойчинов

Good Trade Practices in the Management of Short Supply Chains for Fresh Foods

Boyko Doychinov

Abstract

Production and marketing of fruits, vegetables, fish and other fresh foods is extremely conservative sector which requires serious investment for production, storage and ultimate realization. Increasingly growing requirements to quality of goods allows for the introduction of online trading with food as an option for an informed choice of the end user. In the report there is systematization of previous experience in establishing a modern market infrastructure, including online trading with fresh food, and summarize the experience in the implementation of projects funded by different programs.

Keywords: good trade practices, short supply chains, fresh foods, production and marketing of fresh foods, online trading, modern market infrastructure, informed choice, implementation of projects.

Въведение

До скоро развитието на физическата инфраструктура за логистика на пресни храни се приоритизираше в посока количествени показатели, като: размер на търговски площи, обем на инвестиции и др. Съвременните тенденции в дигиталния маркетинг отразяват нарастването на онлайн покупко-продажбите, като допълнителен канал за реализация, в т.ч. и на храни. Потребителят има все по-високи изисквания към купуваните стоки, като един канал за търговия вече е недостатъчен.

Производството и търговията с плодове, зеленчуци, риба и други пресни храни е извънредно консервативен сектор, за който се изискват сериозни инвестиции за производство, съхранение и крайна реализация. Все по-нарастващите изисквания към качеството на стоките дава възможност за въвеждане на онлайн търговия с храни, като вариант за информиран избор на крайния потребител.

В доклада се прави систематизиране на досегашният опит по създаване на модерна пазарна инфраструктура, включително и за онлайн търговия с пресни храни, като се обобщава опита по изпълнение на проекти, финансирани от различни програми.

Основен компонент на конкурентоспособността във веригите за доставка на селскостопански продукти е достъпът до подходяща физическа инфраструктура. Това включва инфраструктура, която поддържа производството в стопанствата, осигурява ефективна търговия и обмен, добавя стойност към местната икономика, и дава възможност продукцията да се придвижва бързо и ефективно от земеделското стопанство до съоръженията за преработка, и съответно до търговците на едро и дребно и потребителите.

Нормативната база в областта на инвестиционното проектиране в търговията е изключително изостанала и не отговаря на съвременните изисквания и динамиката на конкурентната и иновационна среда. В Р България нормите за проектиране на складове с общо предназначение са от 25.05.1984 г., а последните изменения на нормите и правилата за проектиране на търговска мрежа са публикувани в ДВ бр. 3 от 1996 г. СНЦ "Регионален Клъстер Североизток" е подготвил критерии и проектонорми за оценка на модерна пазарна инфраструктура за реализация на пресни храни, които са изведени от опита на Световния съюз на пазарите на едро и ФАО и са приложими в страните от Югоизточна Европа, в т.ч. и в България.

Правилното съхранение на плодове, зеленчуци, риба и други пресни храни не е само необходимост за запазване на техните потребителски качества, но и предпоставка за формирането на трайни хранителни запаси, насочени към осигуряване на доставките за

потребителите, чиито брой се увеличава значително за сметка на самозадоволяващото се население.

Развитието на пазарните структури за реализация на пресни храни е един непрекъснат процес, който силно зависи от общото състояние на икономиката и е свързан с модернизация и адаптация не само на физическата инфраструктура, но и на търговската технология, която включва като цяло складови и търговски площи .

В повечето страни пазарите на едро остават съществена връзка между производството и потреблението. Има огромна разлика между пазарите на производители в селските райони или местата където се провеждат седмични пазари и специално построените тържища, които започват да се появяват в края на миналия век в Лондон, Париж и Барселона и др. Още по-голяма промяна настъпва със създаването на модерни логистични центрове, където дейностите за търговия на едро с хранителни стоки, заедно със съответните допълнителни дейности като заготовка, предварително опаковане, формиране на партии и др. са концентрирани в един комплекс.

Дълго време тържищата се считаха за основен компонент на всяка система за маркетинг на земеделска продукция и през последните 40 години FAO беше насочил усилията си към развитието на системата за търговия на едро с храни в световен мащаб. Ние сме свидетели на бързи промени в маркетинговите системи в различни страни, включващи разширяване на директния маркетинг между все по-едрите производители в групи или индивидуално, и на интегрирани вериги за търговия с храни, представени от хипермаркети, супермаркети и вериги магазини.

През настоящето десетилетие се появиха извънредни ситуации в много страни, където местното производство на храни спадна драстично в сравнение с търсенето, поради бързото нарастване на населението, което също така е непропорционално концентрирано основно в градските райони.

Заедно с промените в пазарните роли, продуктивният микс и типът търговия на едро, често се наблюдава и промяна на локацията на съоръженията. Традиционното местоположение на тържищата във вътрешно-градските райони в много градове вече не е подходящо. Необходимостта от по-големи съоръжения, които да могат да обслужват големи транспортни средства и да се избегнат проблемите, свързани с претоварването на трафика, повишените хигиенни изисквания и шумовото замърсяване принуждават много собственици на тържища да се пренасочат към райони в покрайнините на градовете.

Развитието на страната определя структурите за търговия на едро с плодове и зеленчуци в България в периода от създаването им през 30те години на миналия век, в етапа на плановото стопанство и в периода на преход към пазарно ориентирана икономика. Този исторически подход се налага от необходимостта да се приеме най-доброто от националната и световната икономическа история, в съчетание с оценка на съвременните условия и прилагане на положителния международен опит, съответно адаптирани към нашите условия, което ние твърдим, че е един модел, изискващ реиновация, разбрана като постоянен процес на прилагане на добри практики и адаптиране към съвременните предизвикателства и технологии в областта на търговията.

Системата за търговия на едро зависи силно от пазарната инфраструктура в рамките на която тя се развива като цяло, както и нейните различни подсистеми. Инфраструктурата включва обективно действащите пазарни условия и фактори, които определят функциите на системата, създават благоприятни условия и налагат ограничения.

Освен необходимостта от създаване на модерна пазарна инфраструктура в различните производствени райони, действията трябва да бъдат насочени и към развитието на информационна система на местно ниво, която следва да отразява състоянието на производството и доставката на продукти във форма, достъпна за местните производители.

Важен етап е преодоляването на териториалните диспропорции на пазарните структури в посока на стимулиране създаването и развитието на местни бази в самите

производствени райони, както и развитието на мрежови структури и клъстери.

В нашата част на Европа, където пазарните отношения все още се развиват е особено важно да бъдат ясни взаимоотношенията между съвременните пазари на едро и големите вериги магазини. В страните с развита пазарна икономика разширяването на веригите магазини намалява ролята на пазарите на едро като основен канал за дистрибуция. Позицията на пазарите на едро също се влошава в резултат на някои практики на определени търговски вериги по отношение на дъмпингови цени за избрани селскостопански продукти или прекомерна злоупотреба с положение да диктуват ниски цени за доставчиците, което в следствие им дава възможност да бъдат по-конкурентоспособни спрямо останалите участници на пазара.

Трябва да се подчертае, че поради спецификата на развитие в нашия регион, ролята на пазарите на едро все още е много важна в сравнение със Западна Европа. Горното важи особено за организационната концентрация на различните производствени сектори, както и организиране на логистиката и центрове за дистрибуция като система, която допълва съществуващата пазарна инфраструктура. Много важен аспект от дейността на пазарите на едро трябва да бъде създаването на собствени или регионални марки като противовес на съществуващите такива.

Пазарите на едро и събирателните пазари представляват структури за търговия на едро с плодове, зеленчуци и храни, които се оказаха ефективен стимул за развитие на селското стопанство, и които затварят цикъла с доставка на продуктите до потребителите. Тържищата доставят до градските райони голямо разнообразие от качествени продукти с гарантиран произход, а събирателните пазари от своя страна осигуряват достъп на производителите до пазара и дават възможност за заготовката на продукцията според европейските стандарти. Ето защо е много важно да се разработи и приложи програма, която да създава условия за успешното съществуване на вертикална инфраструктура и къси вериги за доставка на бързо развалящи се стоки, които ще осигуряват условия за свободна конкуренция и високо качество на продуктите.

Много е важно да се анализират каналите и институциите, участващи в придвижването на селскостопанските продукти от фермата до потребителите, като се обърне специално внимание на конкретните маркетингови функции, предоставени от тържищата и събирателните пазари.

Заедно с тези промени в методите на разпространение на пресни храни се появяват и промени в методите за поръчки и доставка, и именно те са тези, които представляват най-големите заплахи за пазарите на едро в региона. Видовете промени, които се извършват са:

1. Веригите за доставка се изместват от традиционни търговци на едро към "специализирани търговци на едро", които се концентрират върху определена продуктова категория.

2. Новият тип търговци на едро се отказват от основното закупуване на стоки от пазарите на едро или от списък с обичайните доставчици и се насочват към сключване на договори с производители, чиито стоки отговарят на завишените стандарти и изисквания на търговците на дребно. Това се налага от възможността да се изберат производители, които могат да отговорят на стандартите за качество и безопасност на супермаркетите и по този начин да се намалят разходите по сделката, както чрез по-ниските разходи за търсене, така и чрез намаляване на броя на доставчиците по веригата. Освен това, тези връзки позволяват по-бързото придвижване на продукцията от фермата до магазина и съответно до крайните потребители.

3. В някои случаи се наблюдава ситуация, при която търговците на дребно в крайна сметка биват придобивани или влизат в смесено дружество с фирма за търговия на едро.

Тези, както и други подходи, включват:

- Активност. Тържищата трябва да обърнат особено внимание на техните силни страни. В много случаи, например, те трябва да бъдат в състояние да предлагат местно произведена

продукция, която да бъде по-свежа от предлаганата във веригите супермаркети, които работят само с един логистичен център за съответната страната, или в някои от случаите с един дистрибуционен център за регион, включващ няколко държави. Обмяната на идеи и опит между пазарите на едро от Източна Европа ще бъде от полза, както и много може да се научи от добрия и лош опит на тържищата в страните от Западна Европа;

- Идентифициране на нови услуги. Тържищата трябва да бъдат наясно с възможността за стартиране на услуги, които традиционно се предлагат от веригите супермаркети. Ако такъв потенциал е ограничен те трябва да се насочат към привличане на нови клиенти, които рядко пазаруват във веригите;

- Обслужване на търговци на дребно, заведения за хранене и фирми за кетъринг. Малките търговци на дребно ще продължават да играят важна роля в страните от Централна и Източна Европа и увеличаването на приходите на населението и покупателната му способност означава, че както е в страните с развита пазарна икономика, потребителите ще търсят все повече и все по-качествени храни. Много търговци на дребно и заведения за хранене, но също така по-големи магазини и независими вериги, които не са достатъчно големи, за да изградят собствени центрове за дистрибуция, могат да се възползват от концепцията „one-stop-shop“, която им дава възможност да закупуват плодове и зеленчуци, риба, месо, млечни продукти и пакетирани храни от едно единствено тържище;

- Подобряване на механизмите за възлагане на поръчки. Търговците на едро на тържищата ще се нуждаят от укрепване на връзките със земеделските производители, както това вече е осъществено от голяма част от веригите супермаркети. Това вероятно ще доведе до сдружаване на фермерите и консолидация на земеделските стопанства, тъй като е почти невъзможно за супермаркетите или търговците на едро да работят с отделни малки ферми. Земеделските производители все повече ще срещат необходимостта от специализиране. Малките търговци на едро е малко вероятно да бъдат в състояние да вземат такива инициативи без подкрепа и това би трябвало да се превърне в първостепенна задача за компаниите, оператори на тържища;

- Насърчаване повишаването на консумацията на плодове, зеленчуци и риба. Изправени пред намаляващ пазарен дял, тържищата могат да се опитат да увеличат своя дял отново чрез промоционални кампании.

СНЦ „Регионален Клъстер Североизток“ има успешен опит в създаването на мрежа от организации на производителите, пазари на производителите и тържища за плодове, зеленчуци, риба и други бързо развалящи се стоки в североизточната част на България. Обобщавайки този опит ние сме разработили система от методи и показатели за оценка на състоянието и бъдещото развитие на пазарната инфраструктура.

Късите вериги могат да представляват традиционни и/или алтернативни начини за производство, разпространение, търговия на дребно на хранителни и други земеделски продукти. Те са обект на интерес най-вече за малките стопанства и семейните ферми, заинтересованите потребители, местни общности и организации на гражданското общество. 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.

Къси вериги на доставка на храни 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, схеми за доставка „зеленчуци в кутия“ 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.

Късите вериги се считат за най-подходящите канали за органични и местни специфични продукти на дребни и средни земеделски производители, които имат ограничени възможности за участие в конвенционалните търговски вериги, но могат да бъдат много ефективни при директните продажби. При наличието на пряк контакт с потребителите и повишаването на социалните контакти, се предават допълнителни характеристики към автентичността на продукта, стопанството, в което са произведени и прилежащата му територия.

Обмена на информация включва детайли относно вида на продуктите, методите и технологиите на отглеждането и опаковането им и не на последно място идентичността и етичните ценности както на производителите, така и на потребителите.

Според Европейската мрежа за развитие на селските райони при късите вериги на доставка се набляга на три ключови принципа, които са валидни за повечето къси вериги на доставка:

- 1) Разстоянието между производителя и потребителя е възможно най-кратко;
- 2) Броят на посредниците във веригата на доставка е възможно най-малък;
- 3) Общуването и разбирателството между производителя и потребителя са постоянно насърчавани и поддържани, тъй като осъзнаването на „историята“ на продукта добавя стойност към покупката на потребителя и създава дългосрочна лоялност и връзка с продуктите.

Двата основни критерия, необходими за определянето на късите вериги са физическа и социална близост. В най-общ смисъл се скъсява разстоянието между производителя, продукта и потребителя по отношение на тези два аспекта в сравнение с конвенционалните методи за доставка на храни. Физическата близост се определя от разстоянието на транспортиране на даден продукт от мястото на производство до мястото на продажба. Социалната близост се изразява в броя на посредниците между производителя и потребителя. В късите вериги на доставка този брой е равен на нула или много малък (често един, но не повече от два). В последния случай, ролята на посредниците във функционирането на механизма на късите вериги, се изразява в осъществяване на свързка между производителя и потребителя, по такъв начин обаче, че информацията относно произхода и начина на производство на продукта да остава нетрансформирана.

Някои държави с развити къси вериги за доставка са дефинирали точно максималните физически разстояния, които могат да изминават продуктите по пътя си от мястото на производство до мястото на продажбата на крайния купувач: САЩ: през 2008 година Конгреса приема, че даден продукт може да се транспортира на не повече от 400 мили от нейния произход или трябва да остане в рамките на щата, в който е произведен. Великобритания: Асоциация на дребните фермери е разработила определение, според което продуктите трябва да са отгледани в радиус от 30 мили от магазина, в който се предлагат, или до 50 мили за големите градове. Холандия: продуктите трябва да са произведени на 40 км от супермаркета, в който се предлагат, като това разстояние зависи от наличността на продукта в местността.

При анализа на различните схеми и проучвания на европейско ниво, екипът на Европейската мрежа за развитие на селските райони достига до следната класификация: директни продажби от индивидуални производители и микро преработвателни предприятия, производители на собствена суровина; колективни директни продажби; партньорства между производители и потребители.

1. **Директни продажби от индивидуални производители** е 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.

2. 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 – най-често на училища, детски градини и болници. 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.

3. 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. В някои страни от Европа (например Италия, Франция, Португалия), партньорствата включват по-голям брой заинтересовани страни като освен потребителите и производители, участват и местната администрация и граждански организации, с което се създават много по-широка гама от възможности за местните производители, местната икономика и общност.

Веригите на доставка на хранителни продукти са изследвани многократно в европейски мащаб в рамките на различни програми (IMPACT, SUPPLIERS, FAAN), като целта е да бъде определен основния механизъм, по който на практика се задоволяват нуждите на пазара. Теоретично, късите вериги на доставка биха могли най-общо да бъдат разделени на два вида – „локални системи за доставка“ и „къси вериги за снабдяване“. При първите от значение се явява факторът „отдалеченост“, като неформално е прието, че ареалът, в който местните производители трябва да предлагат продукцията си, е между 20км и 100км. При вторите критерият е броя на посредниците между фермера и крайния потребител.

Според резултатите от проучване на Европейската комисия, проведено в седем държави (Холандия, Ирландия, Германия, Англия, Испания, Италия и Франция) се формира извода, че фермерите, които предлагат продукти посредством къси вериги на доставка (включително директни доставки), наброяват около 1,4 милиона. Най-добре развит е механизмът на късите вериги в средиземноморските държави-членки. Проучването показва, че Германия, Италия и Франция, за периода 2005г. - 2010г. са достигнали най-високо ниво на увеличение на добавената стойност на продуктите, предлагани посредством къси вериги за доставка на храни, а именно от 7% до 10% от общата добавена стойност на продуктите, реализирани в земеделието.

На общоевропейско ниво констатациите на Комисията бележат наличие на взаимовръзка между късите вериги на доставка и селския туризъм. Също така сериозно намаляват разходите на производителите за транспорт и съхранение на произведената продукция, поради наличие на бърз, лесен и ефективен пазар на местно ниво. Забелязват се комбинации от къси и дълги вериги на доставка, за да бъде елиминиран риска от фалит на производителите. Не на последно място в доклада на ЕК се обръща внимание на факта, че директното предлагане на храни от производителя увеличава доверието на купувача, както и готовността му за заплати с до 20% по-висока цена за съответния продукт.

Макар на пръв поглед да звучат почти еднакво между предлагането на храни с местен произход и механизмът на късите вериги съществуват съществени различия. 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. Предлагаането 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.

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.

В крайна сметка, по предложение до Европейската комисия на Френското правителство, където механизмите на късите вериги са развити на доста високо ниво, би могла да бъде дадена една сравнително точна практическа дефиниция, а именно:

„Късите вериги за доставка на храни са тези, при които продуктът е проследим до производителя и до фермата, където е произведен. Броят на посредниците между производителя и крайния потребител трябва да бъде сведен до минимум или в най-добрия случай до нула.”

Въпреки, че директните доставки по своята същност представляват най-опростената форма на къси вериги, то в теорията е прието, че директните доставки се характеризират не само с липсата на посредници при първият механизъм (“face-to-face”), а в това, че при късите вериги продуктът достига до крайният купувач посредством кооперативни сдружения на производители или потребители, или магазини/интернет и т.н., независимо от наличието или липсата на посредници.

Също така, за разлика от предходни периоди, Регламента за развитие на селските райони за 2014-2020 г. дава легална дефиниция на понятието „къси вериги“ в чл. 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”. Към настоящия момент 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 2010г. 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) №853/2004 за определяне на специфични хигиенни правила за храните от животински произход.

Програмата за развитие на селските райони 2014-2020 г. предоставя възможност за създаване на къси вериги за доставка на храни, като помощта се предоставя по Приоритет 3: Насърчаване организацията на хранителната верига и управление на риска в земеделието. Дейностите, които се подпомагат, за да бъдат ефективно интегрирани късите вериги за доставка на храни, представляват приоритет в следната тематична област: Приоритетна област 3А: По-добра интеграция на първичните производители в хранителната верига чрез схеми за качество, насърчаване достъпа до местни пазари и къси продоволствени вериги, групи на производителите и междубраншови организации.

Както става ясно от всичко, изложено по-горе, механизмът на къси вериги на доставка на храни се прилага от т.нар. производители с „малки стопанства“. Селскостопанският сектор в ЕС се характеризира с много голям брой малки стопанства (повече от 70% от стопанствата са по-малки от 5 ха). Тези ферми са разнородни по отношение на социално-икономическите характеристики на собствениците на земеделските стопанства, основните активи на фермите, наличието на неселскостопанските приходи, и следователно техните възможности да останат или да се превърнат в жизнеспособни и процъфтяващи. Много от малките стопанства не могат да бъдат рентабилни и конкурентоспособни от икономическа гледна точка. Съгласно данните от преброяването на земеделските стопанства в България през 2010г. общият брой на малките стопанства е 370 222, като се взема предвид размерът на използваната земеделска площ.

Един от основните приоритети за развитие на селските райони през новия програмен период е насърчаване на организацията на хранителната верига. Имайки предвид приложението на мерки в изпълнение на този приоритет в другите държави – членки, необходимо е да бъдат извлечени позитивите и успешните практики, както и конкретно разработените насоки при кандидатстване за предоставяне на финансова помощ за създаване и разработване на къси вериги за доставка на храни във всички техни форми.

Примери за прилагане на къси вериги

Организация на късите хранителни вериги в Италия. Една от членките на ЕС, в която механизма на къси вериги на доставки на храни е развит на най-високо ниво. Целта, която е поставена при внедряването на SFSCs, е да бъде увеличена доставката на свежи, висококачествени и непреработени хранителни продукти на местно ниво, както и популяризиране на здравословния начин на хранене, без последното да влияе на бюджета на потребителите.

Видове директно предлагане и дистрибуторски вериги в Италия

- Директни продажби – най-опростената форма за SFSCs. Продуктите биват директно продавани от производителя на купувачите във фермата. По този начин те сами се запознават с начина на произвеждането им и с условията във фермата. В голяма част от случаите обаче, достигането директно до фермата е трудно, което налага практиката производителите да изнасят продукцията си на пазари в населени места в близост, като обикновено тези пазари се локализират в близост до големи хранителни вериги със стоки от конвенционални производители. Обикновено всички продукти се предлагат от един продавач на ротационен принцип и такива пазари се организират ежеседмично или ежемесечно.

- Групи на потребители: групи от потребители, които биха могли да са се обединили неформално или под определена за целта си правна форма, чиито предмет на дейност е снабдяване с екологично чисти продукти директно от производителя или от група производители, които от своя страна са се организирани в малки обединения на производители. Групите на потребители не генерират печалба от дейността си и не им се налагат данъци.

- Групи на доставчици: представляват малки кооперативи или дружества. Обединението им цели продажби на по-големи количества продукти – собствено производство с колкото е възможно по-малко посредници по пътя до купувача.

- Къси доставки на органични продукти: широко разпространен метод в последно време е интернет продажбата на органични храни, като задължителен елемент е да бъде представена подробна информация относно начина на производство на храните, технологията на отглеждане и т.н.

„Oregional” – Холандия

„Oregional” е сдружение от 22 производители, чиито ферми са локализирани на разстояние от 50км. от град Неймеген. Сдружението предлага продукция, произведена от своите членове, директно на ресторанти, лечебни заведения, институции в региона. През

2012 г. създават електронен магазин за продажба на плодове и натурални сокове и различни местни продукти, като доставката до крайния клиент се осъществява в рамките на деня, в който продукта е предоставен от производителя, с цел запазване свежестта на храните (лозунг: „От фермата до чинията за по-малко от 24 часа“).

Директна продажба на месо в Алава, Испания

Животновъдите в региона на Алава извършват директна продажба на месо в охладени вакуумирани пакети. Обикновено фермерите сами се свързват с клиентите, за да обявят следващата дата за клане на животни и съответно за доставка. Животните се транспортират до кланица, където месото се опакова в специални пакети и се връща обратно на фермерите в хладилни камери. Поради естеството на продукта и факта, че последното се доставя охладено, доставките се извършват на разстояние не по-голямо от 80-100 км.

Пазар на селски стоки, Страупе, Латвия

Открит пазар се организира два пъти в месеца от местни производители в село Страупе. Пазарът е инициран от местни производители и потребители, с цел да изкупуват произведените стоки и храни директно един от друг и да се преустанови пътуване до пазара на близкия град на всеки един от тях. Пазарът е разположен в близост до главният път, което го прави достъпен дори за случайно преминаващи пътници.

Интернет платформа Chil, Испания

Като интересен пример може да бъде посочена и интернет платформата Chil, която успешно функционира в Испания. Тя обединява всички участници, заети в селското стопанство и хранително-преработвателния сектор. Платформата е достъпна за всеки човек или организация в този бранш. Основната цел е да бъде изградена връзка между всички заинтересовани страни. Основната полза от създаването на платформата е обмяната на информация, трансфера на знания и възможността за споделяне на документи. По отношение на извършването на инвестиции, в платформата може да бъде публикувана информация относно предстоящи приеми по мерки и схеми за подпомагане, финансиране на проекти, търсене на партньори, държавни помощи и т.н. Платформата също така може да предлага обучения и да се използва като пазар на продукцията.

Програма за финансиране “Local Food, Local Places”, САЩ

Програма за финансиране “Local Food, Local Places” има за цел да подпомага промотирането на местни храни. Програмата е подкрепена от Министерството на земеделието на САЩ, Американската агенция за опазване на околната среда, на Центровете за контрол и превенция на заболяванията, Министерството на транспорта, Министерството на благоустройството и градското развитие и др. Целта на програмата е да подкрепя проекти, които допринасят за следното: създаване на жизнеспособни, икономически стабилни общности, подобряване на икономическото състояние на местните фермери и дребните търговци, подобряване на достъпа до здравословна, местна храна, особено сред хората в неравностойно положение.

Примери за добри практики в България

Пазарно съоръжение за съхранение и продажба на риба, гр. Бяла, обл. Варна

През 2014 г. екипът на СНЦ „Регионален Клъстер Североизток“, съвместно с общината в гр. Бяла и МИРГ „Български черноморски сговор – Бяла-Долни чифлик-Аврен“ разработи проектно предложение за изграждане на пазарно съоръжение за съхранение и продажба на риба в гр. Бяла, което получи финансиране по Оперативна програма за развитие на сектор „Рибарство“. През 2015 стартира процесът по изграждане на съоръжението, като към днешна дата то е открито и функционира.

Пазарното съоръжение включва помещения за обработка, заготовка, съхранение и продажба на прясна риба, както и минусова камера. Също така са предвидени помещения за складиране на инвентар и охрана. Обектът е съоръжен и с всички необходими технически средства, като ледогенератор, транспортни средства и др.

Към момента е приключил първия етап от планираният проект, като екипът вече

работи по втория, който включва център за обучение и квалификация, атракциони и въвеждане на аукционна форма на търговия.

Онлайн пазар за плодове и зеленчуци на едро – „Градинария“

През 2015 г. официално стартира онлайн платформа за търговия с плодове и зеленчуци „Градинария“. Проектът е финансиран от Фондация „Америка за България“ и все още е в етап на изпълнение.

Екипът на СНЦ „Регионален Клъстър североизток“ е партньор по проекта. Към момента „Градинария“ работи успешно, като към платформата проявят интерес производители и търговци от Молдова, Румъния, Гърция и др.

Електронен аукцион за търговия с пресни храни

В момента екипът ни разработва проект за създаване на електронен аукцион за търговия с пресни храни, които ще обхваща страните от Балкански регион и Черноморския басейн.

Заклучение

Основните изводи са базирани на позитивния и често пъти прикривания негативен опит, натрупан при създаването и експлоатацията на тържищата в Р България по време на прехода, които могат да се прилагат успешно в страните от Балканския и Черноморски региони, където СНЦ „Регионален Клъстър Североизток“ е в процес на разработване на съвместни проекти.

Структурите за пазарна реализация на пресни храни са категории, които в практиката не са константни, а тяхната динамика и взаимосвързаност се определя от редица специфични фактори. Понякога фаворизирането на някои от тях, като напр. стоковите борси в началото на 90те г. на миналия век, които функционираха дори в гаражни клетки, води до деформиране на цялостната система и необосновани приоритети, като напр. фермерските пазари, от чиято дейност се очакват свръхрезультати. Нашият подход е свързан с един оптимален процес на проучване и въвеждане на реални пазарни структури, отговарящи на конкретните потребности и дългосрочни стратегии.

Използвана литература

1. Дойчинов Б., „Подходи и показатели за оценка на състоянието и бъдещото развитие на пазарна инфраструктура за реализация на едро на плодове и зеленчуци“, Известия на съюза на учените – Варна 2012, Серия „Икономически науки“, с. 76-85
2. Сп. „Агрозона“, бр. 47, август 2015, „Онлайн пазар за плодове и зеленчуци на едро“, с.8
3. Doychinov B., Ivanova Y., “Optimization of the structures for producers’ and wholesale fruit and vegetables markets in Republic of Bulgaria”, Second International Conference “Agriculture in an Urbanizing Society – Reconnecting Agriculture and Food Chains to Societal Needs”, 14-17.09.2015, Rome, Italy
4. <http://www.straube-hanza.lv/index.php?p=4574&pp=6225&lang=828&g=2011>
5. www.ec.europa.eu/agriculture/events/small-farmers-conference-2012_en.htm
6. www.reterurale.it
7. www.enrd.ec.europa.eu
8. www.ipts.jrc.ec.europa.eu
9. www.foodlinkscommunity.net
10. www.dfz.bg
11. www.gradinaria-bg.com

За контакти

д-р Бойко Дойчинов
СНЦ „Регионален Клъстър Североизток“
rc_ne@mail.bg