

Възможности за диференциране на земеделските продукти

Любомир Д. Любенов

Possibilities for differentiation of agricultural products: *The paper aims at introducing the possibilities for differentiation of agricultural products. Differentiation of these products can be based on: geographical factors as the territory, the sort, the origin, and as a result of these, on geographical mark; certifying according to the international standards: Global GAP, HACCP, IFS, ISO 22000 or certifying in the frame of the standards for biological agriculture; packaging; fair trade; trade mark. The paper includes certain conclusions.*

Key words: *territory, geographical mark, certifying, fair trade, trade mark.*

ВЪВЕДЕНИЕ

Земеделските продукти са живи и могат да се съхраняват за сравнително кратко време след специална след жътвена обработка и условия на съхраняване. Те се характеризират с голямо разнообразие на видовете и много функционалност – осигуряват продоволствена сигурност и суровини за индустрията. В основната си част са със нееластично търсене и ниска цена на единица обем. При земеделските продукти има големи вариации в количеството и качество в резултат на въздействието на неконтролируеми природни фактори.

Потребителите възприемат различни земеделски продукти от един и същи вид като еднородни, особено когато те са с ниска степен на преработка. Те не биха могли да разграничат ябълките на определен производител от останалите, ако това не е указано по подходящ начин. Затова основна цел на доклада е да представи възможности за диференциране на земеделски продукти.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Диференцирането на земеделските продукти може да се основава на географски фактори, сертифицирано производство по определен стандарт и др. Географските фактори, които могат да се използват за диференциране на земеделските продукти са: територията, сорта, породата и на тяхна основа географското означение и марката. Диференцирането чрез сертифициране по определен стандарт може да бъде по международните стандарти: Global GAP, HACCP, IFS, ISO 22000 или сертифициране по някои от стандартите за биологично земеделие.

Територията може да бъде страна, район или местност с определени почвено-климатични фактори, формиращи по-добро качество на даден земеделски продукт, спрямо същия произведен на друго място. Различните сортове при растенията и породи при животните се характеризират с голямо разнообразие по отношение на: продуктивност, устойчивост на болести, здравословни и вкусови характеристики и др., поради което имат и различни качества. Регистрираните сортове и породи са интелектуална собственост и могат да се използват като основа за изграждане на марка.

Възможност за разграничаване на земеделската продукция по географски принцип предоставя географското означение, което може да бъде наименование за произход и географско указание. Всяко географско означение може да бъде регистрирано, т.е. защитено в националните, европейски и международни регистри,

след като стане достатъчно известно с качествата си на пазара и се утвърди сред потребителите. Регистрацията на географско означение е безсрочна.

Продуктите с защитено наименование за произход имат доказани характеристики, които са резултат от географски фактори и способностите на производителя в региона на производство, с които се свързва продукта. При тях всички стадии на производствения процес (подготовка, производство, преработка) трябва да се осъществяват в посочената област. Продуктите с защитено географско указание имат специфични характеристики или репутация, които са свързани с дадена географска област и поне един от стадията на производство се извършва в тази област, като суровините за производство на продукта може да идват от друг регион. Следователно разликата е, че при *наименованието за произход* връзката между географската среда и специфичните качества на продукта е силна и се дължи на *взаимодействието на природния и човешкия фактор*, натрупания производствен опит и национални традиции, докато при *географското указание* специфичните качества на продукта могат да се отдадат на *произхода от дадено географско място*.

Географското означение за разлика от марката не разграничава, а обединява производителите на даден продукт. Правото върху наименованието за произход и географското указание е потенциално колективно право, което не може да бъде монополизирано от един собственик. Географско означение може да регистрира всеки земеделски производител, който упражнява производствена дейност в указаната географска област, район или местност, ако специфичните качества на произвеждания продукт отговарят на специфичните признаци, характеризиращи географското означение. Географските означения спомагат за запазване на природните ресурси, местните традиции, националната идентичност и културното наследство. Те обединяват местните общности, изграждат лоялни потребители и предоставят възможност за участие в промоционални програми финансирани от ЕС. Гарантират на потребителите автентични и контролирани земеделски продукти.

Марката идентифицира земеделския производител (търговец), докато географските означения идентифицират качеството на земеделските продукти, дължащо се на географския им произход. Марката се регистрира за срок от 10 години и може да се подновява непрекъснато регистрацията ѝ, докато регистрацията на географско означение е безсрочна. Правото върху регистрирана марка може да се преотстъпва с лицензия, докато при географските означения не може да бъде давана лицензия или правото да бъде прехвърляно. Създаването и утвърждаването на марка на земеделски продукт е много трудно на ниво земеделско стопанство, поради което се реализира основно на отраслово, национално и други нива.

Утвърдените международни стандарти за контрол на качеството на земеделски продукти като: GAP, HACCP, IFS, ISO 22000 гарантират поддържането на определено качество във времето, което подобрява достъпа до пазара и възможностите за диференциране. Те се явяват база и създават предпоставки за сертифициране по стандартите за биологично земеделие. Например, някои от Австрийските, Немски и др. стандарти за биологично земеделие изискват наличие на сертифицирано земеделско производство по Добри аграрни практики, т.е. GAP и др.

Сертифицирането по стандартите за биологично земеделие гарантира определено качество на земеделските продукти чрез елиминирание химизацията на земеделското производство и неизползването на генномодифицирани организми, хормони, антибиотици и др. Биологичното земеделие подпомага биоразнообразието

и диверсификацията на земеделското производство, причинява по-малко замърсяване, намалява токсичните отпадъци. Биостандартите щадят природата и се вписват напълно в концепцията на социално-етичния маркетинг.

Общата аграрна политика на ЕС субсидира преходния период от 2-3 години за трансформиране от конвенционално в биологично земеделие. Производството на биопродукти задължително се контролира и сертифицира от предприятия, получили разрешение от министъра на земеделието и храните и акредитирани от Изпълнителната агенция "Българска служба за акредитация". Биопродуктите са с по-голямо съдържание на витамини, минерали и антиоксиданти, поради което се смята, че са по-вкусни от конвенционалните, въпреки наличието на много спорове в тази област. Сертифицираните биопродукти са по-безопасни за здравето на потребителите спрямо конвенционалните, което е добра предпоставка за разграничаването им.

Други начини за разграничаване, различни от разгледаните досега предоставят: опаковката, маркировката, наименованията на земеделски продукти и храни с традиционно специфичен характер.

Опаковката е едно от средствата, чрез които може да бъде идентифициран производителя на земеделски продукти с ниска степен на преработка. Тя трябва да гарантира запазване качествата на земеделските продукти, удовлетворяване на законовите норми и предпочитанията на потребителите. Опаковката предоставя възможности за диференциране чрез дизайн и различни: разфасовки, цветове, начини на използване на земеделските продукти (за преработка или консумация - пуканките в опаковка за микровълнова фурна се приготвят по-бързо и лесно). Нормативната и законодателната база налагат известни изисквания по отношение на опаковъчния материал, рециклирането и използването на опаковки, които не застрашават околната среда и др.

Маркировката е съвкупност от знаци – словесни, цифрови и символни означения, поставени върху потребителската опаковка, върху самия продукт или на отделен етикет. Има знаци, които се поставят задължително върху продукта, върху опаковката или върху отделен етикет. Например етикета, който идентифицира, градира и описва продукта трябва да съдържа конкретна информация като: производител или вносител, състав, срок на годност, грамаж, количество, условия на съхранение, указания за употреба и др. Важно значение има и *незадължителната маркировка*, която използва богат набор от изразни средства (знаци, шрифтове, цветове, начин на разположение) за информиране на потребителите и привличане на тяхното внимание. Такава незадължителна маркировка е тази за: биопродуктите, Fair Trade, стандартите от серията ISO, HACCP, бар-код и др.

Знакът за биологично лого на ЕС, който става задължителен за всички страни членки на съюза от средата на 2010 год. на практика представлява маркировка, третирана като колективна сертификатна марка. Утвърденият на пазара единен търговски знак на общността внушава доверие у потребителите и гарантира високо качество, т.е. има диференциращо въздействие.

Системата на справедлива търговия Fair Trade е модел, който гарантира справедливо заплащане и добри условия на живот и труд на повече от един милион земеделски производители, които обхваща. Възниква в края на шейсетте години на миналия век в Холандия. Движението има високи изисквания и система за сертификация, която гарантира, че са спазени принципите на справедлива търговия.

На етикета на продукта често е описана историята на общността, която го е произвела. Споменато е и за какво се използват приходите от търговия – създаване на училища, болници, сиропиталища, нов бизнес (преминаване към биологично земеделие, опазване на околната среда) и др. Потребителите на Fair Trade получават не само високо качествени земеделски продукти, но и подкрепят устойчивото развитие на земеделските предприятия.

При наименованията на земеделски продукти и храни с традиционно специфичен характер (т.н. традиционен специалитет) не съществува връзка между специфичните им качества и географските фактори. Тези земеделски продукти са резултат на определени традиции и технологии. Интелектуалната собственост е обща. Голяма е вероятността в бъдеще наименованието традиционен специалитет да отпадне, тъй като броя на регистрираните продукти в ЕС, с това наименование е много малък.

Опитът показва, че посочените начини за диференциация могат да се използват самостоятелно или съвместно. При някои от тях ролята на определена общност или държава е решаваща за прилагането и утвърждаването им в стопанската практика на земеделските производители. Изборът на правилен подход за диференциране зависи и от това за какво ще се използват земеделските продукти – като суровини или за крайна консумация на потребителите. Когато земеделския производител е доставчик на суровини, може да се диференцира чрез територията, сорта, породата, сертифицирано производство по определен стандарт, а когато предлага земеделски продукти годни за крайна консумация по-подходящи са географското означение, биосертификацията и марката.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Всички от разгледаните възможности за диференциране са насочени към подчертаване на определено качество на земеделската продукция, но големите вариации в качеството на земеделските продукти, създават значителни трудности при диференцирането им. Решаването на този проблем изисква да се подобри контрола върху качеството на земеделските продукти. Едно от решенията е сертифициране производството на даден земеделски продукт по определен стандарт, който да гарантира определено ниво на безопасност и качеството за потребителите, което е предпоставка и за формиране на марка.

ЛИТЕРАТУРА

- [1]. Закон за марките и географските означения, 2009.
- [2]. Закон за прилагане на общите организации на пазарите на земеделски продукти на ЕС, 2006.
- [3]. www.bpo.bg.
- [4]. www.fairtrade.net
- [5]. www.mzh.government.bg.

За контакти:

Доц. д-р ик. Любомир Д. Любенов, катедра „Икономика“, Русенски университет „А. Кънчев“, Тел.: 082 888347, E-mail: LLyubenov@ru.acad.bg

Докладът е рецензиран