

## Формиране на обществени блага от земеделския сектор в област Смолян

Проф. д-р Димитър Николов\*

Доц. д-р Иван Боевски\*\*

Доц. д-р Петър Борисов\*\*\*

Доц. д-р Теодор Радев\*\*\*

\*Институт по аграрна икономика – София

\*\*Нов български университет – София

\*\*\*Аграрен университет – Пловдив

E-mail: dnik\_sp@yahoo.com

### Резюме

Производството на стоки за пазара може да включва аспекти на обществени блага, например когато производството на определени селскостопански продукти или създадените от земеделските стопанства пейзажи са част от местната идентичност. Един вид обществено благо е самата местна култура, която най-често се свързва със земеделската дейност.

Целта на изследването е да се оцени приносът на земеделието за формиране на обществени блага и факторите за оптимизиране на този процес.

Получените резултати и направените констатации водят до заключението, че земеделският сектор в област Смолян участва активно при формирането на обществените блага, които са високо ценени от местните земеделски производители. Важна част от процеса на осигуряване на обществени блага е правилното им съчетаване с пазарните стоки, което ще гарантира постигането на конкурентно предимство на района. Земеделските производители очакват подкрепа от страна на публичните институции за усвояване на тези конкурентни предимства. По този начин, подкрепяйки развитието на бизнеса, който има характер на частен интерес, ще се поддържат и обществените блага в региона.

**Ключови думи:** земеделски производител; качество на водите; продоволствена сигурност; пейзажи

### Formation of Public Goods by Agriculture in Smolyan District

Dimitre Nikolov\*, Ivan Boevsky\*\*, Peter Borisov\*\*\*, Teodor Radev\*\*\*

\*Institute of Agricultural Economics – Sofia

\*\*New Bulgarian University – Sofia

\*\*\*Agricultural University – Plovdiv

**Citation:** Nikolov, D., Boevsky, I., Borisov, P., Radev, T. (2019). Formation of Public Goods by Agriculture in Smolyan District. *Ikonomika i upravlenie na selskoto stopanstvo*, 64(4), 69-76 (Bg).

### Abstract

The production of goods for the market may include aspects of public goods, for example when the production of certain agricultural products or landscapes created by farms are part of a local identity. A kind of public good is the local culture that is often associated with farming.

The aim of the study is to assess the provision of agriculture to the formation of public goods and the factors to optimize this process.

The finding of the research is that the agricultural sector in Smolyan region is actively involved in the provision of public goods, which are highly appreciated by the local farmers. An important part of the process of provisioning public goods is their proper combination with market goods, which will contribute to gain a competitive advantage of the region. Farmers expect support from public institutions to explore these competitive advantages. In this way, supporting the development of business that has the character of private interest will also maintain the public goods in the region.

**Key words:** farmer; water quality; food security; scenery

Понятието „Обществени блага” в контекста на земеделските системи често е свързано с концепцията за многофункционалност, която признава „едновременното отчитане на различните положителни и отрицателни последици на селското стопанство и тяхното съвместно производство, външен характер и аспекти на общественото благо“ (OECD, 2001). Някои видове обществени блага се произвеждат в системи, предназначени специално за тяхното предоставяне (например здравеопазване и обществена инфраструктура), други могат да се разглеждат като съпътстващи продукти на системи, чиято основна цел е производството на частни стоки. Такъв е случаят с обществените блага от селското и горското стопанство. В тази връзка, някои стоки могат да бъдат класифицирани като обществени блага поради техния икономически характер (например атрактивен ландшафт), а други са такива, тъй като са част от социално-политическата област (например качество на водата, продоволствена сигурност).

Производството на стоки за пазара може да включва аспекти на обществените блага, например когато производството на определени селскостопански продукти или създадените от земеделските стопанства пейзажи са част от местната идентичност. Един вид обществено благо е самата местна култура, която най-често се свързва със земеделската дейност. Поради това земеделието често се разглежда като хранилище на характерни местни култури (Stoeva and Valcheva, 2016). Те се проявяват в храната, селскостопанските практики, езика, музиката и т.н. В

тази връзка ЕС отделя специално внимание на значението на разнообразните европейски селски култури за подпомагане на развитието на селските райони и за принос към агробиологичното разнообразие. Предизвикателство е да се установи връзката между пазарните стоки и обществените блага – резултат от земеделската дейност. Например местните храни с добавена стойност и културния пейзаж представляват пазарната и обществената полза от тази местна култура. Така, въпреки че е трудно да се измери, земеделският сектор оказва въздействие върху формирането на обществени блага, които могат да бъдат използвани за подобряване на пазарния статус на фермерите.

## Резултати

За проучване на осигуряването на обществени блага от селското стопанство са анкетирани 30 земеделски производители от област Смолян. Тяхната производствена дейност е съсредоточена в отглеждането на боб, картофи и овцевъдство, които са типични за региона, а произвежданите земеделски продукти формират почти изцяло приходите от земеделска дейност и са изградили имидж на региона. Подходящите условия за производство и традициите в тези производства са популярни сред местното общество, като същевременно потребителите оценяват произвежданите тук продукти като качествени и натурални. Тези производства също така имат и силно влияние върху формирането на селските пейзажи, и за осигуряването на обществени

ни блага за местното население и посетителите на региона.

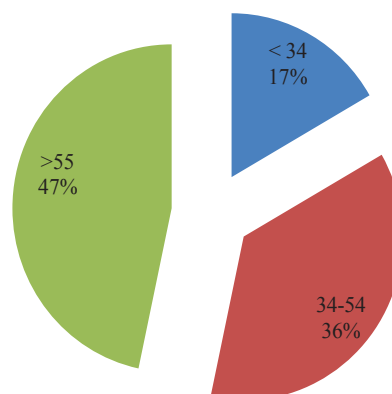
Анкетираните земеделци, според половата им принадлежност, се разпределят в съотношение 2:1 в полза на мъжете (фиг. 1). По-големият относителен дял на мъжете се обяснява с факта, че в региона стопанската дейност, в т.ч. и земеделската, се управляват предимно от мъже. По този начин извадката вярно представя икономическата действителност. Също така земеделието в региона е планинско, като производствените дейности се извършват ръчно и често изискват физическа сила, която е присъща за мъжкия пол.

Интерес представлява разпределението на анкетираните лица според тяхната възраст. Беше потърсено равномерно разпределение, но със земеделие се занимават предимно по-възрастни лица, затова в извадката най-голям дял имат лицата над 55 години, като техният брой надхвърля близо 3 пъти този на лицата под 34 години (фиг. 2). Въпреки това, смятаме, че резултатите от анкетите ще имат своята тежест от гледна точка на това, че се изследват земеделци, които имат по-богат житейски опит и притежават по-силно чувство за принадлежност към региона и типичните за него характеристики.

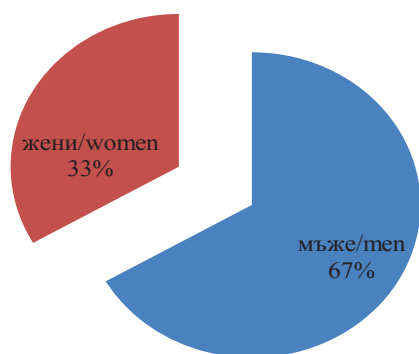
Друга важна характеристика на изследваните лица е времето, от когато се занимават със земеделие. По този показател разпределението е в три групи – нови земеделски стопанства (създадени най-много преди една го-

дина); стопанства, на възраст между 1 и 5 години; стопанства, функциониращи повече от 5 години. Най-голям дял сред анкетираните имат стопанствата на възраст над 5 години – повече от половината са представители на тази група. Останалите две групи са представени приблизително еднакво, като малко по-голям дял имат стопанства на възраст между 1 и 5 години. Така формирана, извадката предоставя възможност да се изследват стопанства с различен опит.

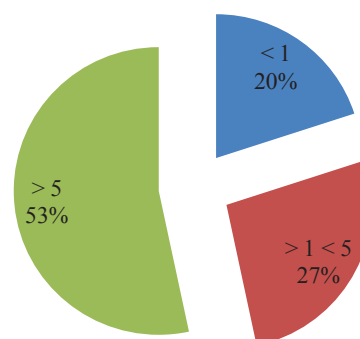
Анкетираните лица посочват, че близо половината от тях прибягват до консултантски услуги поне веднъж в месеца (фиг. 4). По-голямата част от земеделските производители използват по-рядко консултации, което на практика означава, че се търсят консул-



Фиг. 2. Дял на анкетираните по възраст  
Fig. 2. Age of farmers



Фиг. 1. Дял на анкетираните по пол  
Fig. 1. Gender of farmers



Фиг. 3. Дял на анкетираните според начало на бизнеса  
Fig. 3. Years of business start

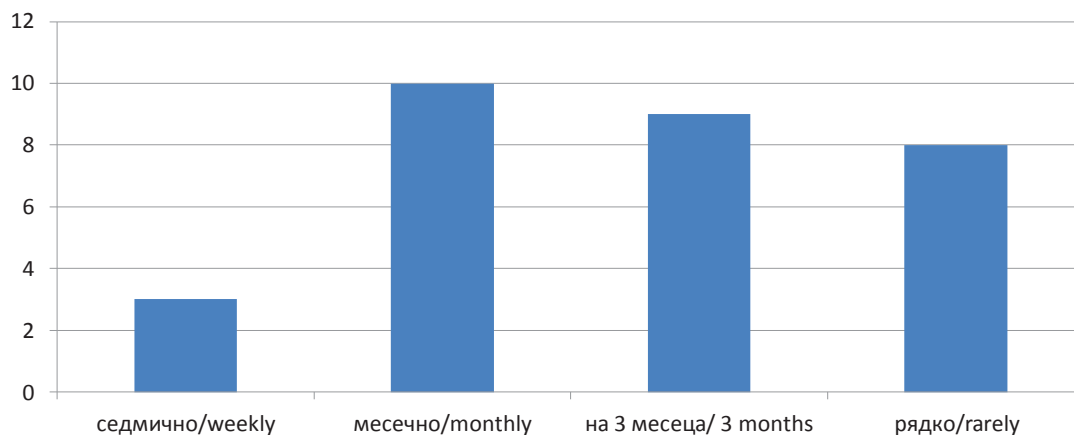
тации веднъж, най-много два пъти по време на един производствен цикъл. Това се обяснява с факта, че производителите са предимно малки като размер на производството и не могат да отделят финансов ресурс за привличане на консултанти, които да ги консултират във всеки един етап на производството. Поради това се търсят предимно неформални контакти за консултиране и вземане на решения за справяне с възникнали проблеми.

Важна характеристика на изследваната съвкупност е осъществяването на друга стопанска дейност от земеделските производители. Повече от половината анкетирани заявяват, че развиват и друга стопанска дейност, различна от земеделието (фиг. 5). Тези лица посочват, че земеделието всъщност не е основният източник на доход за тях, а има по-

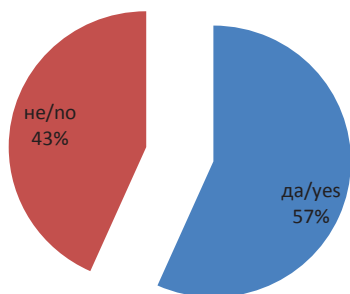
скоро характер на допълнителен източник. Това е поради факта, че делът на дохода от земеделска дейност формира до 1/3 от общия им годишен доход.

Образователната степен на изследваните лица е изключително висока, близо 90% от тях имат висше образование (фиг. 6). Това е показател, даващ основание да се очаква, че земеделските производители имат комплексна представа за измеренията на своята стопанска дейност и могат да определят нейното въздействие върху местната икономика и местното общество като цяло.

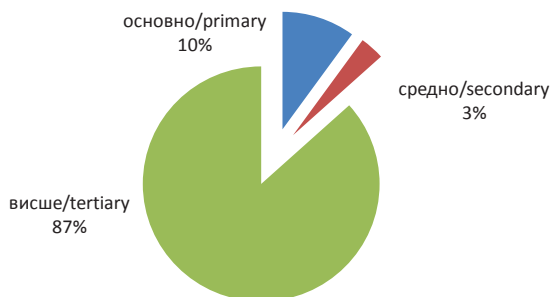
Интерес представлява наличието на наследник, който да продължи дейността на земеделското стопанство. Близо половината анкетирани лица заявяват, че очакват те да бъдат наследени (фиг. 7). Делът на тези, които



Фиг. 4. Честота на ползване на консултантски услуги (брой стопанства)  
Fig. 4. Use frequency of consultancy services



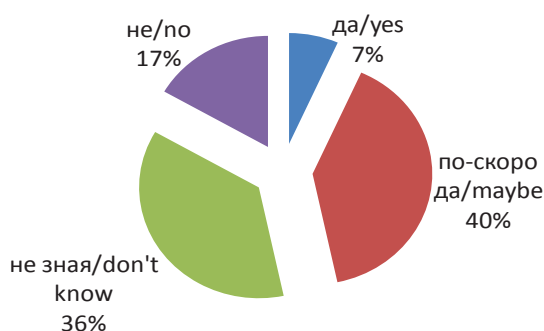
Фиг. 5. Друга стопанска дейност, освен земеделие  
Fig. 5. Non-agricultural activities



Фиг. 6. Дял на анкетираните според образованието им  
Fig. 6. Education of farmers

твърдо заявяват, че няма кой да ги наследи, е малък. Това означава, че перспективите отрасълът да се съхрани, са добри. Все пак големият процент, отговорили с уклончивото „не зная“, означава, че водещ фактор за съхраняване на земеделското производство ще бъде по-скоро текущата среда и възможностите за развитие на такъв бизнес, отколкото традициите или други емоционални мотиви.

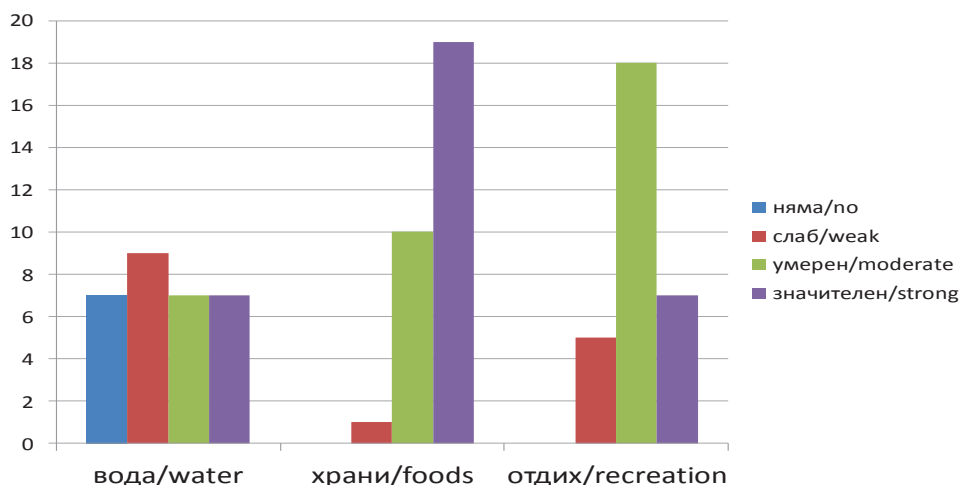
Всички анкетирани лица заявяват, че не участват в схеми за агроекологични плащания и не произвеждат продукти с ясна идентификация за произход. Затова не формират приходи и разходи, свързани с изпълнението на ангажименти в тези области.



Фиг. 7. Има ли наследник на стопанството  
Fig. 7. Successor of agricultural business

Анкетираните земеделски производители бяха помолени на оценят приноса на селското стопанство за осигуряване на 3 обществени блага – качество и наличие на водата; сигурност на храните; пейзажи и отдих. Резултатите показват, че селското стопанство има важна роля при формиране на сигурност на хранителните доставки и създаване на атрактивни пейзажи и условия за отдих (фиг. 8). Това е така, тъй като регионът е известен със своите земеделски продукти (смилянски боб, картофи от Момчиловци, овче мляко и агнешко месо), които могат да се определят като емблематични и оказват положително влияние върху цялостния имидж на региона. Прави впечатление, че не се установява подобно мнение за влиянието на селското стопанство върху качеството и количеството на водата. Това се обяснява с факта, че земеделските производители не развиват поливно земеделие и използват торове ограничено. Също така размерът на производствените парцели е малък, което предполага невъзможност да се концентрират химични съединения, които да окажат значимо въздействие върху водоизточниците.

Вече бе споменато, че регионът притежава подходящи условия за развитие на определени земеделски производства – боб, картофи и



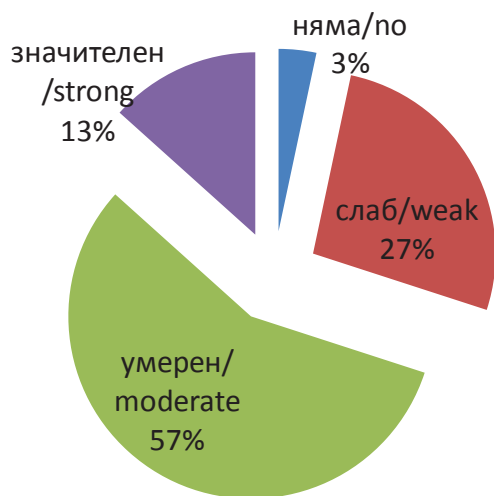
Фиг. 8. Принос на селското стопанство за осигуряване на обществените блага – вода; храна; отдих  
Fig. 8. Support of agriculture to creation of public goods – water, food, recreation

овцевъдство. Въпреки това, близо 1/3 от анкетираните лица определят имиджа на тези продукти като слаб или липсващ (фиг. 9), което е изненадващо на фона на положителното потребителско мнение. Все пак не малка част от земеделските производители оценяват имиджа на местните продукти като висок, което предоставя възможност да се произвеждат продукти с ясна идентификация за произход.

Анкетираните лица оцениха и възможностите да се произвеждат продукти без или с ясна идентификация за произход. Двете алтернативи са разгледани като база за получаване на предимства в 4 основни направления – ползи; възможности; разходи; риск. Ползите се търсят по отношение на по-висока печалба за земеделските производители, даване на по-сигурни гаранции на потребителите за безопасността на храните, съхранение на природните ресурси и поддържане на атрактивна среда. Възможностите се идентифицират с улесняване на достъпа до пазари чрез участие в клъстъри, съхраняване на местните общества и традиции, подобряване на ландшафта. Разходите се отнасят до тези, свързани с реализирането на продуктите на пазара, разходи за обучение на производителите за спазване на стандарти, въвеждане на екологични стандарти. Рисковете произтичат

от това, че при въвеждането на нов продукт, пазарът има нужда от време, за да го приеме (икономически риск); земеделието е традиционен отрасъл и продуктите не трябва да бъдат в разрез с установените традиции (социален риск); опазването на водите като важен представител на обществените блага също зависи от избраната технология на производство (екологичен риск). Оценка на отново бе извършено по 4-степенна скала, като по-високата оценка показва по-силен принос на съответната алтернатива за постигане на описаните предимства. Сумата от оценките на всички анкетираните лица определя съвкупната оценка за всяко направление, като максималната стойност е 810 точки. Алтернативата да се произвеждат продукти с ясна идентификация за произход се оценява като възможност да се реализират предимства по всички описани направления. Тази алтернатива (al 2) получава оценки, надхвърлящи повече от 2 пъти оценките на другата алтернатива, което е доказателство за нейното разпознаване от земеделските производители, като добра възможност да се стимулира и подобри местното производство и природна среда (фиг. 10). Същевременно анкетираните лица си дават сметка, че изпълнението на тази алтернатива изисква допълнителни усилия и разходи от страна на земеделците, което в крайна сметка повишава риска, свързан с нейното успешно реализиране.

Анкетираните лица определиха и кои обществени блага трябва да бъдат приоритетно финансирани чрез механизмите на ОСП. Оценени бях 10 обществени блага (фиг. 11). Като най-важни се определят следните пет – подобряване на устойчивостта на наводнения, свлачища и пожари; сигурност на хранителните доставки и осигуряване на качество; смекчаване на климатичните проблеми; поддържане на жизнеността на селските райони и общности; подобряване на качеството на въздуха. Всички те получават оценки в интервала 80–90 точки, които са максимално възможните. Тези обществени блага кореспондират с основните проблеми на селските райони, чието решаване трудно може

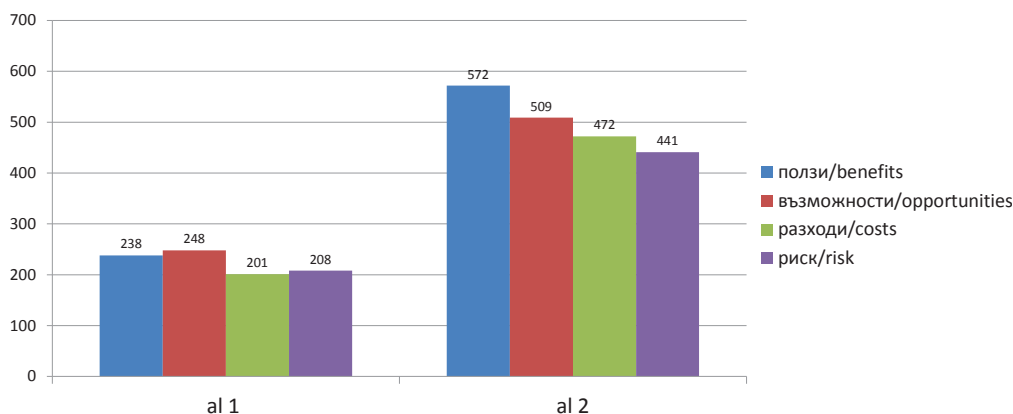


Фиг. 9. Имидж на местните аграрни продукти  
Fig. 9. Market image of local products

да се постигне единствено чрез пазарния механизъм. Други три обществени блага – поддържане на качеството и количеството на водите; поддържане на функционалността на почвите; гарантиране на местните доставки; са оценени с между 70 и 80 точки. Най-слабо са оценени създаването на атрактивни селски пейзажи и поддържането на биоразнообразието в земеделските земи.

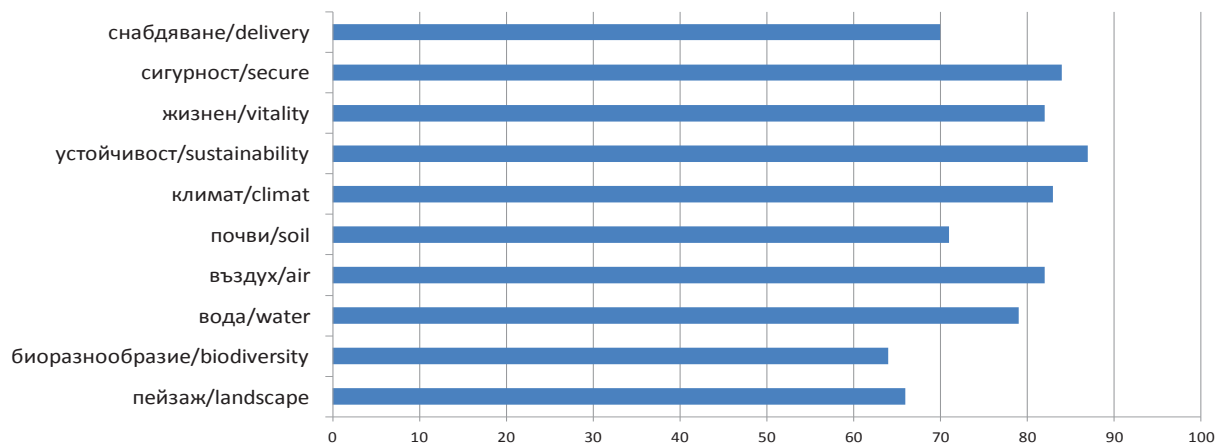
Също така всички анкетирани лица определят размера от 80 евро годишно плащане на едно домакинство като достатъчен за насърчаване на предоставянето на обществени блага.

Чрез статистическия метод Хи-квадрат установихме взаимодействията на трите обществени блага със социално-икономическите променливи на местните фермери (виж табл. 1). Поддържането на качеството на водите е част от дейността на земеделските производители, които са на по-голяма възраст, имат повече опит като земеделци, извършват и друга стопанска дейност и има кой да наследи техния бизнес. Очевидно ползите от това обществено благо се търсят в дългосрочна перспектива, като целта е да се гарантира устойчивост на средата за бизнес и живот. Възможностите на земеделците да създава усло-



Фиг. 10. Оценка на приноса на две алтернативи за реализиране на определени елементи (максимална оценка 810)

Fig. 10. Evaluation of two alternatives to gain benefits (max. score 810) al 1 – without identification of origin; al 2 – with identification of origin



Фиг. 11. Приоритетни обществени блага за финансиране (максимална оценка 90)

Fig. 11. Priority of public goods in financial support (max. score 90)

**Таблица 1.** Статистическа значима връзка между характеристики на земеделците и обществените блага  
**Table 1.** Statistical test of relation

	Вода / Water	Храни / Food	Отдых / Recreation
Пол / Gender	няма връзка / no relation	няма връзка / no relation	има връзка / yes
Възраст / Age	има връзка / yes	няма връзка / no relation	има връзка / yes
Опит / Experience	има връзка / yes	няма връзка / no relation	няма връзка
Консултации / Consultancy	няма връзка / no relation	няма връзка / no relation	има връзка / yes
Друга дейност / Non agricultural activities	има връзка / yes	няма връзка / no relation	няма връзка / no relation
Образование / Education	няма връзка / no relation	няма връзка / no relation	няма връзка / no relation
Наследник / Successor	има връзка / yes	няма връзка / no relation	няма връзка / no relation

вия за пълноценен отдых се оценяват от жените земеделски производители, по-възрастните фермери и тези, които ползват консултантски услуги. В този контекст може да се интерпретира връзката между земеделието и туризма, и постигането на синергични ефекти от тяхното взаимодействие. Интерес представлява факта, че по отношение на третото обществено благо – „продоволственото осигуряване”, не се установява връзка с нито една от изследваните характеристики на земеделските производители. Това дава основание да се търсят други мотивиращи фактори, които въздействат за осигуряването на това обществено благо. Можем да предположим, че пазарът има приоритетно влияние върху развитието на продоволственото осигуряване.

## Заклучение

Получените резултати и направените констатации водят до заключението, че земеделският сектор в област Смолян участва активно при формирането на обществените блага, които са високо ценени от местните земеделски производители. Обществените блага в региона са пряк резултат от управлението на земята, което е на високо ниво в този регион.

Важна част от процеса на осигуряване на обществени блага е правилното им съчетаване с пазарните стоки, което ще гарантира постигането на конкурентно предимство на района. Обществените блага имат важна роля

при формиране на конкурентните предимства на района. Те подпомагат бизнеса при създаването на стойност в своята дейност и пазарното му развитие. Предлагането на продукти с ясна идентификация за произход се допълва от местните обществени блага, като по този начин се постига уникалност на предлаганата стойност.

Земеделските производители очакват подкрепа от страна на публичните институции за усвояване на тези конкурентни предимства. По този начин, подкрепяйки развитието на бизнеса, който има характер на частен интерес, ще се поддържат и обществените блага в региона.

Настоящото изследване е извършено в рамките на проект PROVIDE (PROVIDing smart DELivery of public goods by EU agriculture and forestry), финансиран по програма Хоризонт 2020. Call identifier: H2020-ISIB-2014-2; Topic: ISIB-01-2014. <http://www.provide-project.eu/>

## Литература

**Nikolov, D., Anastasova, M., Radev, T. & Borisov, P.** (2015). Status and Prospects for the Development of Small Farms. Avangard Prima.

**Stoeva, T., Valcheva, E.** (2016). Impact of economics and agriculture over the environmental protection in Bulgaria. In: Economy versus the environment – competitiveness or complementarity. Warsaw, pp.101-105.

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2001). Multifunctionality: Toward an Analytical Framework. Paris: OECD Publications Service.