

**Становище на Европейския икономически и социален комитет относно „Кооперативи и развитие на хранително-вкусовата промишленост“ (становище по собствена инициатива)**

(2012/C 299/09)

Докладчик: г-н **Carlos TRIAS PINTÓ**

На своята пленарна сесия на 19 януари 2012 г. Европейският икономически и социален комитет реши, в съответствие с член 29, параграф 2 от Правилника за дейността си, да изготви становище по собствена инициатива относно:

*„Кооперативи и развитие на хранително-вкусовата промишленост“*

(становище по собствена инициатива).

Специализирана секция „Земеделие, развитие на селските райони, околна среда“, на която беше възложено да подготви работата на Комитета по този въпрос, прие своето становище на 26 юни 2012 г.

На 482-рата си пленарна сесия, проведена на 11 и 12 юли 2012 г. (заседание от 11 юли 2012 г.), Европейският икономически и социален комитет прие настоящото становище със 144 гласа „за“, 2 гласа „против“ и 4 гласа „въздържал се“.

**1. Заключение и препоръки**

1.1 В търсене на по-устойчив икономически модел, кооперативното движение се явява конкурентноспособно и ефективно алтернативно решение, което предлага нови отговори на дисбалансите на веригата за създаване на стойност на хранително-вкусовия отрасъл, който на свой ред насърчава заетостта и развива местните вериги за доставка на храни, безопасността на храните, участието и социалната отговорност.

1.2 Необходимо е да се извършат структурни реформи на сегашните пазари на хранителни продукти в съответствие с целите, посочени в стратегията „Европа 2020“ и други общностни инициативи. Традиционните дистрибуторски мрежи не предоставят необходимата прозрачност за ценообразуването, което създава големи дисбаланси в капацитета за преговори на участниците и вреди на производители и потребители (началното и крайното звено на веригата). Освен това се правят ненужни екологични разходи от една енергийно неефективна дистрибуция, например при складиране на пресни продукти в хладилници извън сезона и превозването им до пазари, много отдалечени от мястото на производство.

1.3 Реорганизацията на пазара би трябвало да се ориентира към кръгова концепция, която да насърчава дистрибуцията на близки разстояния с цел подобряване на връзката между предлагането и търсенето в мрежата, насърчена от най-базовите единици в контекст на иновации и технологически напредък.

1.4 Кооперациите, с присъщите им принципи и ценности, допринасят за справедливи търговски отношения и взаимодействия, които позволяват да се възстанови равновесието във веригата за създаване на стойност в хранително-вкусовия отрасъл, като обединяват интереси, оптимизират споделената стойност и укрепват устойчивостта на начините на производство и потребление.

1.5 Следователно ЕИСК приканва европейските институции да насърчават създаването на необходимите условия за популяризирането на кооперативния модел, като приемат общностни политики, съдържащи подходящи мерки в правната, икономическата, данъчната, техническата и други области, така че да се осигури хармоничното му развитие.

**2. Въведение**

2.1 Кооперативният модел спомага за развитието на благоприятна среда за предприемачество в Европейския съюз и по-конкретно за икономическата демокрация, като допринася за необходимата промяна в модела на производство.

2.2 Тъй като 2012 г. е обявена от ООН за „Международна година на кооперативите“ се предоставя подходяща рамка за разискване на ролята на кооперативите в създаването на нов двигател на устойчивия и приобщаващ растеж, който да спомогне за възникването от настоящата криза на висококонкурентноспособна социална пазарна икономика <sup>(1)</sup>.

2.3 Кооперативният сектор в ЕС в действителност е много различен. Някои кооперативи развиват търговска дейност, която не се различава от тази на конкурентите им, докато други комбинират търговската си дейност с „политически“ позиции в полза на потребителите, околната среда и др., които включват в своите информационни или маркетингови стратегии. Трябва също да се разграничат кооперативите, които действат в началото (производство) и в края (потребление) на веригата за създаване на стойност, като често между тях няма координация.

2.4 Структурната реформа на пазарите, която има за цел да подпомогне следването на устойчив модел на производство и потребление, изисква постигането на нов баланс във веригата за създаване на стойност в селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост <sup>(2)</sup>, като на селскостопанските сдружения по принцип и на кооперативите в частност се даде регулаторна и интегрираща роля, която да позволи осъществяването на подходящите промени и настройки посредством диалог и междуотраслово взаимодействие.

2.5 Този подход спомага за развитие на изразените от ЕИСК позиции и е опит да се даде отговор на бъдещите предизвикателства пред общностните политики в перспективата на

<sup>(1)</sup> Съобщение на Комисията „Акт за единния пазар“ COM (2011) 206 final.

<sup>(2)</sup> Съобщение на Комисията относно план за действие за устойчиво потребление и производство и за устойчива промишлена политика COM(2008) 397 final.

стратегията „Европа 2020“ и новата Обща селскостопанска политика, Плана за действие за устойчиво потребление и производство и за устойчива промишленост и Акта за единния пазар.

2.6 В тази връзка следва да се отбележи, че настоящото становище по собствена инициатива се основава на принципа на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж въз основа на знанието, на икономика с ниски въглеродни емисии <sup>(3)</sup>, пригодността за трудова заетост и социалното и териториалното сближаване.

2.7 Накрая това предложение има принос и за други напречни аспекти от важно значение за общностните политики сред които са въпросите, свързани с независимостта и сигурността на хранителните доставки, териториалния баланс, запазването на местните вериги за доставка на храни <sup>(4)</sup>, социалното предприемачество, защитата на правата и интересите на потребителите и прякото участие на гражданското общество в областта на селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост <sup>(5)</sup>.

### 3. Бележки на ЕИСК

#### 3.1 Диагностика на пазара към момента

3.1.1 Функционирането на пазара би трябвало да осигурява предлагане на продукти от вид и с качество, съответстващи на желанието на потребителите. Това изисква сигналите на потребителите да се предават по веригата за създаване на стойност и да достигат без изкривяване до производителите. За съжаление в днешно време пазарът често се характеризира с линейния си характер, което пречи на подаването на положителна обратна информация, и със степен на сложност, която изкривява мисията му и вреди на същинската му дейност – снабдяване на населението с продукти по най-задоволителен начин.

3.1.2 Потребителите все повече търсят сигурни и устойчиви продукти, произведени по новаторски, отговорен и екологичен начин, в подходящи условия на труд и с хуманно отношение към животните, като при това не бива да се забравят най-евтините хранителни продукти, тъй като цената остава определящ фактор при взимането на решение за покупка. За съжаление веригата за създаване на стойност в селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост не предава важната информация между звената (първично производство, преработване, складиране, дистрибуция и продажба).

3.1.3 Наред с това, че отдалечиха доставчиците от потребителите, търговските мрежи затрудняват прозрачността на операциите, които извършват, така че производствените разходи са подценени и цените, плащани на производителите, често не достигат минималните прагове, необходими за икономическото им оцеляване.

3.1.4 На свой ред недостатъчната търговска мощ и зависимостта на действащите лица, които търпят несправедливи цени по отношение на дейността, която развиват, задълбочават дисбаланса по веригата за създаване на стойност в хранително-вкусовия отрасъл <sup>(6)</sup>, утвърждавайки ненормалното поведение на пазара.

3.1.5 Следователно анализът на пазара към момента, с оглед на реформата му, сочи следната диагноза: разпокъсаност на предлагането, концентрация на дистрибуцията и непостоянство на търсенето. При тези условия спекулата намира естествено поле за развитие.

3.1.6 Да не забравяме, че етапът на дистрибуцията има социални и екологични последици, произтичащи от превоза на дълги разстояния, продължителното складиране в хладилни камери, изнасяне на предприятията и др.

#### 3.2 Към по-кооперативен пазар – подход, основан на нови начини на устойчиво производство и потребление

Кооперативната идентичност се засилва от ценностите на демокрацията, равенството, равнопоставеността, солидарността, прозрачността и социалната отговорност. Международният кооперативен съюз (ICA) е приел седем принципа, които кооперациите следва да спазват: доброволно и открито членство; демократичен контрол от страна на членовете; икономическо участие на членовете; автономност и независимост; образование, обучение и информация; сътрудничество между кооперациите и загриженост за общността <sup>(7)</sup>.

Кооперативен пазар в областта на селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост е този, който се основава на кооперативното движение и функционира въз основа на предлагането и търсенето на хранителни продукти, както и на отношенията на взаимност или взаимополза, в търсене на по-справедлива и по-ефикасна верига на създаване на стойност в икономически, социален и екологичен план. В крайна сметка става въпрос да се изгради пазарът като сбор с положителен резултат, където всички участници печелят, като се увеличи създаването на споделена стойност чрез сдружаване и дългосрочни ангажименти между основните участници (производители и потребители) при справедливи условия на лоялна конкуренция. Ключовите аспекти за реорганизация на пазара, така че да отговаря на изложените в настоящия документ предпоставки, са следните:

3.2.1 Обръщане на „производствената пирамида“ с транснационален кооперативен подход, чиято критична маса да гарантира необходимия мащаб и обхват. Тръгвайки от едноличния или семейния производител, трябва да се насърчава сдружаването или основните кооперативи – движещият елемент на икономиката на селските райони – като се интегрират в по-мощни структури като регионални мрежи и конкурентоспособни центрове, които да доближат селскостопанските производители до звената с най-голяма добавена стойност на търговските мрежи. Тази кооперативна структура ще позволи да се увеличат максимално добивите и да се отговори на многообразието на търсенето чрез продажба на по-близки разстояния между пунктовете на производство и на потребление <sup>(8)</sup>. По същия начин кооперативната интеграция <sup>(9)</sup> осигурява по-добра проследяемост през целия процес, както на качеството, така и на ценообразуването, което на свой ред предполага оптимизация на средствата и по-добра ефективност.

<sup>(3)</sup> Становище CESE „Икономика с ниска въглеродна интензивност - Пътна карта до 2050 г.“ ОВ С 376 от 22.12.2011 г., стр. 110-116.

<sup>(4)</sup> Общо събрание на ООН, Доклад на специалния докладчик относно правото на храна Оливие де Схутер (A/HRC/19/59 - 26 декември 2011 г.).

<sup>(5)</sup> Заключение на председателя Nilsson на конференцията „Храна за всички – към световно споразумение“.

<sup>(6)</sup> Становище CESE „По-добра функционираща верига на предлагането на храни в Европа“ ОВ С 48 от 15.2.2011 г., стр. 145.

<sup>(7)</sup> Становище CESE „Кооперации и реструктуриране“ ОВ С 191 от 29.06.2012 г., стр. 24-30.

<sup>(8)</sup> Съобщение на Комисията „Интегрирана политика за продукти“ COM (2003) 302 final.

<sup>(9)</sup> В тази връзка и като възникваща формула на предприемачество, **интегралната кооперация** или **кооперативното дружество с колективен интерес** се явява предприемачество, което произвежда стоки или услуги за задоволяване на колективните потребности на дадена територия посредством мобилизация на заинтересованите действащи лица.

**3.2.2 Кооперативна социална възвръщаемост.** Печалбите, генерирани в мрежата на кооперациите, се връщат на участващите кооперации, което увеличава възможностите за подобряване на тяхната пазарна позиция, води до по-добра пригодност за трудова заетост и по-универсален достъп до основни ресурси и при по-благоприятни условия за производители и потребители, благоприятствайки възникването на синергии в новата среда на търговски отношения.

**3.2.3 Концентрация на търсенето** <sup>(10)</sup>. Чрез кооперациите на потребителите и насърчаване на потребителски мрежи, които да обединяват търсенето на гражданите, се цели по-лесен достъп до продуктите на по-изгодни цени и качество. Пряката връзка с производителите се изгражда чрез местни и квартални пазари, които спомагат за напредък към по-добри виртуални търговски трансакции по интернет. Това съответства на целите, посочени от основните организации на земеделските стопани и кооперативите в селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост в Европейския съюз: „Целта е да се насърчат/подкрепят инициативите на земеделците във връзка с директната продажба на техните продукти на крайните потребители (напр. директни продажби в земеделското стопанство, посредством земеделски кооперации, на местни пазари, посредством колективни платформи или предприятия под контрола на производителите)“ <sup>(11)</sup>.

**3.2.4 Циркулярен** <sup>(12)</sup> **пазарен модел** въз основа на продажби на по-близки разстояния. За да се противостои на несъразмерната тежест на участниците, които не добавят стойност към веригата на пускане на пазара на селскостопанските продукти, трябва да се насърчава възможността за продажби на близки разстояния, които да доближат възможно най-много производствените единици и потреблението, съответно първичните производители и крайните потребители <sup>(13)</sup>. По този начин се улеснява появата на „пазарни вериги“, които дават възможност за подходящо напасване на средства и разходи между потребностите на населението и производствените средства, като се избягват излишъци и дефицити, които освен това са причина за изкуствена нестабилност на цените. Това ще доведе до по-справедливо, прозрачно и балансирано функциониране на веригата за доставка на хранителни продукти, което ще допринесе за изкореняване на нелоялни практики и злоупотреби, които застрашават лоялната конкуренция.

**3.2.5 Нови технологии** <sup>(14)</sup>. Новите технологии са крайгълният камък, на който се опира концепцията за по-кооперативен пазар, както за развитие на новаторски техники за производство на хранителни продукти, така и за създаване на логистичната инфраструктура за оптимизация на ефикасността на комуникационните процеси при въвеждането на интелигентни мрежи за производство, дистрибуция и потребление (като организационни форми с високо равнище на самоорганизация и развиваща се гъвкавост с капацитет за учене и действие за постигане на целите). Защитата от вируси, оперативната съвместимост и взаимната свързаност на тези мрежи в цифрова среда ще позволи да се заменят ненужните посредници.

<sup>(10)</sup> Съобщение на Комисията „Общата селскостопанска политика през 2020 г.: подготовка за бъдещите предизвикателства в областта на хранителното снабдяване, природните ресурси и териториалния баланс“ (COM(2010)672 final).

<sup>(11)</sup> Общата селскостопанска политика след 2013 г. Отговор на земеделските стопани и на земеделските кооперации в ЕС на законодателните предложения на Комисията (COPA-COGECA, 2012).

<sup>(12)</sup> Salcedo Aznal, Alejandro. „¿Sociedad de consumo o redes de consumidores? Esbozo para un análisis social del consumidor actual“ („Потребителско общество или потребителски мрежи? Опит за социален анализ на съвременния потребител“) (2008 г.).

<sup>(13)</sup> Съобщение на Комисията относно план за действие за устойчиво потребление и производство и за устойчива промишлена политика COM(2008) 397 final.

<sup>(14)</sup> Становище CESE „Селскостопанският модел на Общността: качество на производството и информиране на потребителите като елементи на конкурентоспособността“ ОВ С 18 от 19.1.2011 г., стр. 5.

Следователно новите технологии трябва да бъдат инструментите за изграждане на по-висока колективна ефективност, с оглед на техния капацитет за промяна и въвеждане на иновациите във веригите за доставка на хранителни продукти.

### 3.3 Как да се постигне по-кооперативен пазар

Промяната в световен мащаб по отношение на отговорно и устойчиво производство и потребление се разглежда като действителност, която включва различни участници и в която всички и всяка заинтересована група може да оказва влияние и да бъде повлияна от кооперативната дейност („съвместна отговорност на кооперативното движение“). Когато се насърчават модели за потребление и за кооперативно и междукооперативно производство, следва да се има предвид един стратегически въпрос – предвиждането на институционални инструменти и механизми за въвеждане на модела в условия на конкуренция с конвенционалната верига за създаване на стойност. Някои съображения може да са от полза при взимането на решения, като например следните:

**3.3.1 Приемане на мерки в рамките на общностните политики.** Следва да се насърчават, посредством реформа на правната рамка и подходяща политика на стимули, мерки в подкрепа на развитието на кооперативи чрез агенции за развитие, финансови кредити и др., средства за интеграция и интернационализация на кооперативите, мерки за сближаване и социални иновации и мерки за подкрепа на партньорства между обществени институции, малки и средни предприятия, кооперативи, сдружения на потребители и други организации.

**3.3.2 Кооперативни обществени поръчки** <sup>(15)</sup>. Осъщественият през последните години напредък в рамките на зелените обществени поръчки и, още по-наскоро, в приемането на етични критерии в процедурите за обявяване на обществени поръчки на администрациите, оказаха осезаемо влияние върху обществените и икономическите напредък на дейностите за устойчивост и сътрудничество. Възможността обществените поръчки да служат за пример и големият обем на поръчките несъмнено ги прави незаменим инструмент за насърчаване постигането на поставените цели. Насърчаването на пазарните потоци между обществените администрации и кооперативните мрежи може да бъде определящо за новия устойчив модел на производство и потребление.

**3.3.3 Маркировки за качество** <sup>(16)</sup>. Маркировките за качество са инструменти за непряко насърчаване, които указват произхода, характеристиките и качествата на търгуваните продукти, като в случая се подчертава добавената стойност на социалния елемент, който присъства в кооперативното производство („кооперативна маркировка“). Образът на марката предлага популярност и дава възможност на селскостопанските сдружения да преминават от производствена към пазарна насоченост.

**3.3.4 Прозрачност и информация за потребителите** <sup>(17)</sup>. Прозрачността, особено във връзка с качеството и проследяемостта, е балансиращ фактор във веригата за създаване на

<sup>(15)</sup> Съобщение от Комисията до Европейския парламент, до Съвета, до Европейския икономически и социален комитет и до Комитета на регионите „Обновена стратегия на ЕС за периода 2011-2014 г. за корпоративната социална отговорност“ COM(2011) 681 final.

<sup>(16)</sup> Съобщение на Комисията „Общата селскостопанска политика през 2020 г.: подготовка за бъдещите предизвикателства в областта на хранителното снабдяване, природните ресурси и териториалния баланс“ (COM(2010)672 final).

<sup>(17)</sup> Съобщение на Комисията относно план за действие за устойчиво потребление и производство и за устойчива промишлена политика COM(2008) 397 final.

стойност, заедно с кампаниите за информиране на гражданите за избора на покупки в рамките на кооперативния пазар. Това води до по-голяма симетрия на информацията и координирани действия между производство и потребление (необходими за ефективността на модела, основан на устойчивост), и свързва във времето и пространството доставката с търсенето в интеграцията на съответните процеси на пускане на пазара. Групирането на потребители също трябва да бъде приоритетно, като успоредно се определят пътищата, водещи до уместната концентрация на крайното търсене на продукти на хранително-вкусовия сектор.

**3.3.5 Образование и обучение в социално предприемачество и кооперативно движение** <sup>(18)</sup>. Макар че този инструмент е определено проактивен и резултатите от него не са непосредствени, той е жизнено важен за затвърждаване на настъпилите на пазара промени. Усвояването на знания и кооперативни принципи в училище не само създава отрано положително отношение към този кооперативен модел и към кооперативното движение като източник на доверие, но на практика се отнася и до родителите на децата, насърчвайки ги да възприемат модели на потребление в съответствие с предложените дейности. В тази връзка е особено важно да се насърчава предприемаческият дух на младите хора и да се мотивира създаването и укрепването на кооперативи, било в производството, търговията или потреблението. Без съмнение за това ще помогнат знанията, обменът и разпространението на добрите кооперативни практики.

**3.3.6 Диференцирано данъчно облагане** <sup>(19)</sup>. Необходимо е едно по-справедливо данъчно облагане да даде възможност потреблението да се насочи към ефективно използване на ресурсите <sup>(20)</sup>, за да се отчитат социалните и екологичните аспекти на всички продукти, както и добавената социална стойност въз основа на кооперативната формула. Въз основа на специфична данъчна рамка, данъчните стимули и компенсаторни помощи са сред най-директните и потенциално най-ефективните инструменти. Както показва опитът на различни държави членки, приемането на диференциран данъчен режим насърчава финансовата независимост и автономията, но, подобно на някои предходни инициативи, е необходим предварителен анализ на въздействието.

**3.3.7 Въвеждане на нови технологии.** Технологическият напредък и повсеместният достъп са най-добрият стимул за постигане на набелязаните цели. В тази връзка трябва да се

посочат следните инициативи: научни изследвания и иновации в хранително-вкусовата промишленост, създаване на нови пространства и канали за пускане на пазара и накрая, удостоверяване на високото качество чрез присъждане на точки за хранителна стойност, гаранции за доставка и други ползи за обществото и отнемане на точки, например за социални и екологични разходи, наред с други, така че да се сертифицират критерии като здраве и безопасност на храните, екологичен отпечатък или социален ефект, и освен това да бъдат оценени от потребителите по отношение на цената, производствените разходи и разходите за дистрибуция. Тази система за сертифициране се нуждае от подкрепата на други елементи като интелигентни телефони, специфични информационни приложения и социални мрежи.

#### 3.4 Конкурентни предимства на кооперативния пазар

Освен очевидните предимства на един модел, опиращ се на устойчивостта и икономическото и социалното сътрудничество, кооперативният пазар предлага поредица от предимства с последици за някои изключително важни аспекти за политиките на ЕС в следните области:

**3.4.1 Икономическа:** стабилен и сигурен достъп до пазарите за продуктите на селскостопанските производители, устойчиво финансиране, социално отговорни инвестиции, раздвижване на пазара, защита на конкуренцията, защита на правата и интересите на потребителите и др.

**3.4.2 Социална:** териториално устройство, развитие на селските райони и включване, културно наследство и местна и регионална идентичност, безопасност на храните и независимост на снабдяването, отсъствие на свръхпроизводство и достъпност на храните, социална проследяемост на продуктите, недопускане на изнасяне на предприятията, гарантиране на достойно заплащане и подобряване на условията на труд, социална отговорност и отговорно потребление, обществено здраве и здравословен начин на живот, пряко участие на гражданите във взимането на решения от страна на институциите и др.

**3.4.3 Екологична:** енергоспестяване, опазване на екосистемите, екологичен отпечатък, агроекология, рационално и отговорно използване на суровините и природните ресурси, жизнен цикъл на продуктите на хранително-вкусовия сектор, създаване на зелена заетост като стратегия за разширяване на пазара и др.

Брюксел, 11 юли 2012 г.

Председател  
на Европейския икономически и социален комитет  
Staffan NILSSON

<sup>(18)</sup> Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Икономическия и социален комитет и Комитета на регионите „Инициатива за социалното предприемачество Създаване на благоприятна среда за насърчаване на социалните предприятия като основни участници в икономиката и социалната иновативност“ COM(2011) 682 final.

<sup>(19)</sup> Становище CESE „Многообразие на формите на предприятия“ ОВ С 318 от 23.12.2009 г., стр. 22-28.

<sup>(20)</sup> COM(2011) 571 final и становище „Насърчаване на устойчивите методи на производство и потребление в ЕС“ ОВ С 191 от 29.06.2012 г., стр. 6.