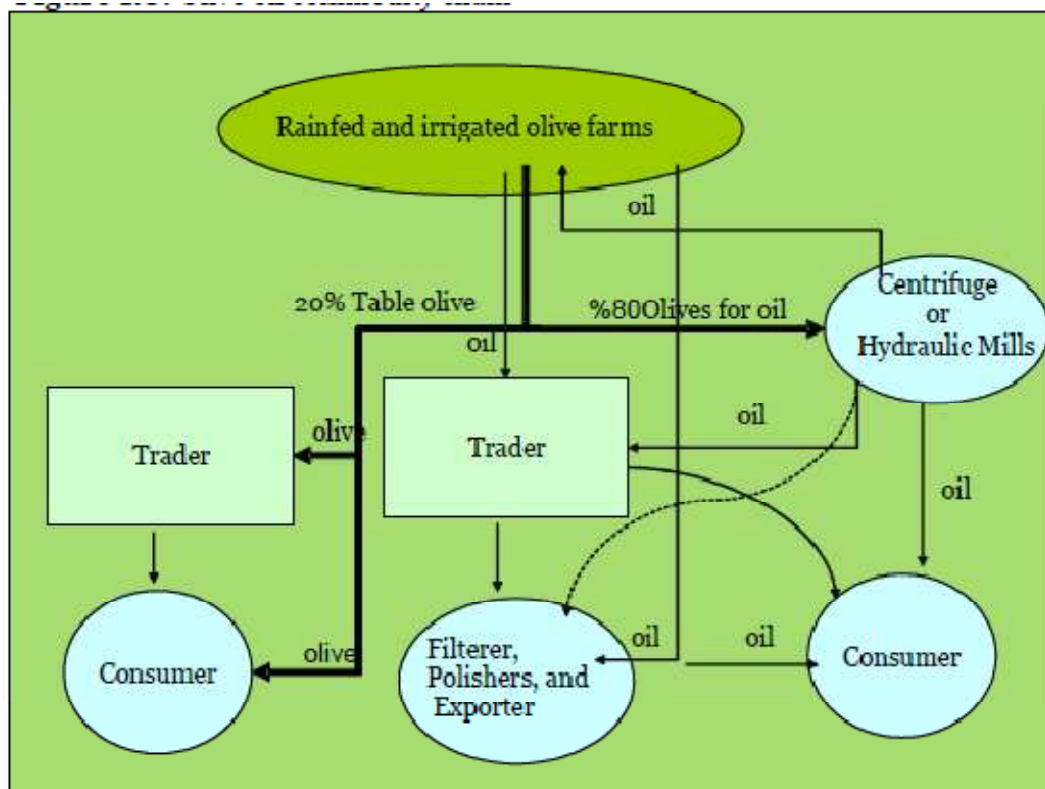


употреба. Те подлежат на специфична преработка преди консумация с оглед получаване на рафинирано зехтиново масло. Също така се предлагат и различни зехтинови масла, които се получават от смесване на рафинирани и естествен зехтинови масла. За директна консумация се предлагат единствено изключително натурален, натурален и зехтинови масла. Нещо повече, въпреки, че не е вид зехтиново масло, *помаче*¹ също се предлага в търговската мрежа.

Маслините се прибират от Ноември до Март, шест до осем месеца след техния пролетен цъфтеж, което до голяма степен определя специфичния характер на продукта и спецификата на неговия пазар. На фиг. 1 е изложен модел на доставната верига. Фермерите трансферират своите маслини на фабрики. Препоръчително е това да стане до 48 часа след прибиране на реколтата. В фабриката, собственикът ѝ задържа 4-5% от добитото зехтиново масло.

Фиг.1 „Пътят” на маслиновото масло.



¹ Получава се чрез химична екстракция на остатъците от маслини и костилки и е най-ниско качественият зехтин. Използва се за готвене и пържене. <http://www.zehin.com/index-2.html>.

1.2. Икономическо значение на зехтина за основните страни производители и потребители.

Пазарът на зехтин е много сложен: производството е разпространено сред развитите и развиващите се страни и се реализира на пазара чрез различни производствени системи, дори в рамките на една страна; характерно за зехтиново масло е, че това произвежда на регионален принцип, но се търгува глобално. Обработвателните процедури за извършват на различни места по света, докато пазара на бутилирането става все по-концентриран, като основно роля играят големи международни компании. Въпреки това, в същото време марките на малки производители с ефективни маркетингови стратегии се доказват като рентабилни. Консумацията на зехтин нараства, но моделите на потребление варират значително, както по отношение на количество, така и по качество. Най-големият производител и потребител на зехтин е Европейския съюз, който последните години прие редица протекционистични политика за защита на своя местен пазар, независимо от факта, че бяха предоставени редица благоприятни условия за търгуване със страни от Средиземноморието.

Някои големи износители са и големи вносители, а също има износители, които въобще не произвеждат зехтиново масло. Така, че в заключение пазара на зехтин се характеризира с редица конфликти на интереси, вертикално и хоризонтално по веригата на доставка и производство, както на местно ниво, така и в глобален мащаб.

Несъмнено, процесите са обработка, рафиниране и получаване на краен продукт за домакинствата са от огромно значение за страните, и по-конкретно за регионите, които се занимават със зехтиново масло.

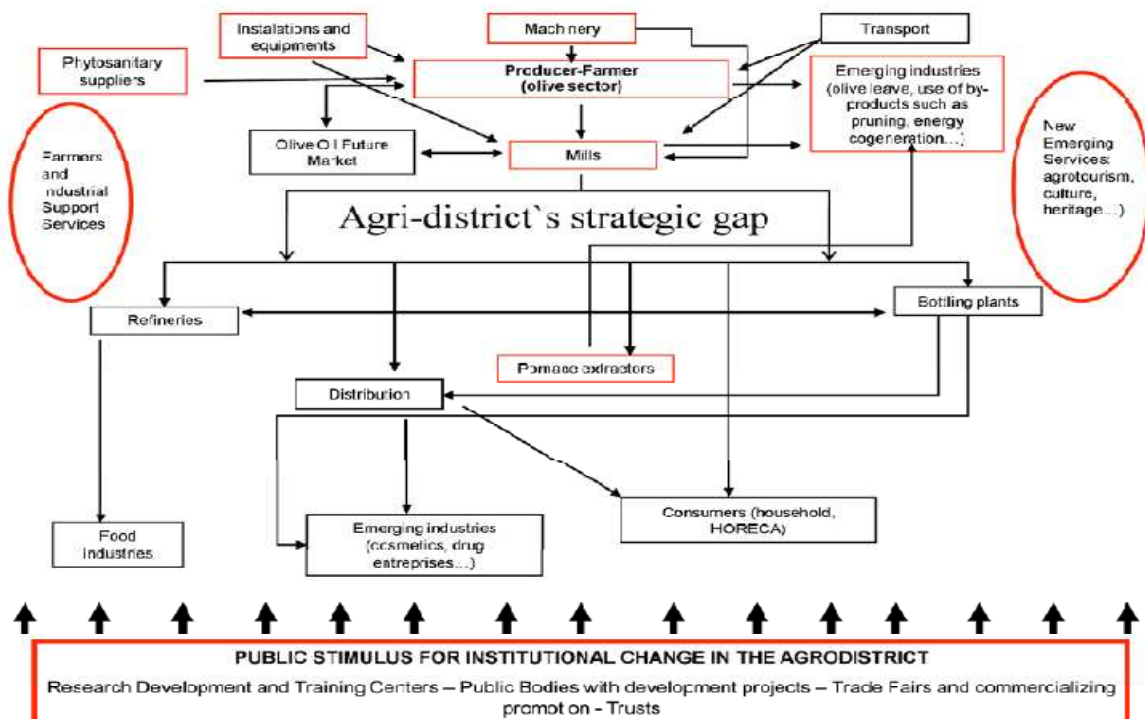
Растът в потреблението кара много от производителите са засяват повече територии, да увеличават инвестициите за култивация. В резултат на това, сектора на зехтина нараства и стават инвестиционна цел за други производствени сектори – начин за създаване на добавена стойност на други отрасли или услуги. Ефектът е също нарастване на цената на земята и създаване на допълнителни засети площи с маслини или там където обикновено земята се е използвала за добив на други култури.

Има нарастващ интерес за търгуване директно на крайния пазар и различни марки навлизат на пазара чрез т.нар. гаранции за произход. Земеделието е най-засегнато от растежа на пазара за зехтин. Например в Испания се наблюдават явления т.нар. почасови фермери, а също кооперарирането между отделни по-малки стопанства. Целта им е постигане на конкурентност на пазара и постигане на определена пазарна позиция.

Развитието на земеделските райони е най-голямо преимущество за икономиките на страните. Териториите представляват комплексна мрежа от физически, социални, културни и институционални ресурси, които могат да се заемат със създаването на богатство и заетост. Като такива, всяка една територия съставлява стратегическа мрежа, която предоставя определени предимства, които не са налице на пазара или в рамките на бизнеса. Тези предимства произтичат от предимствата на външните икономически фактори т.е. икономиките извън конкретния бизнес, но вътрешни за територията. Това от своя страна дава представата за система, която е възможно да увеличи изгодите и възвращаемостта на бизнеса. Така, че развитието на сектора на зехтин и свързани с него дейности може да допринесе за развитието на икономика в селските райони, където

препитание на населението е земеделието. Дейността по култивирането на маслинови дръвчета също може да допринесе за определени стоки и услуги в полза на обществото, като запазване на околната среда, запазване на биоразнообразието и поддържане на културата, пейзажа и семения бизнес в селските райони. Относно околната среда, маслиновите дръвчета могат да имат неизменна роля за промяната в климата в три насоки: чрез ограничаване на емисиите от парникови газове; спомагане за намаляване на въглеродния двуокис на земята; и предоставяне на възобновима енергия. Това могат да бъдат ефективни дейности за всяка една страна, като ползите които те предоставят могат да надминат очакванията за икономическото развитие на отделните територии, страни и земя като цяло. Затова държавите трябва да се насочат към включване на различни политики и публично планиране за подкрепа на земеделските райони.

Фиг.2 Сегмент на производство на зехтин. В червено са обозначени дейностите, които са преобладаващи в сегмента.



Признато е, че производство на зехтин може да допринесе за развитието на т.нар. зехтинов туризъм:

- Индустриален туризъм. Туризъм, който включва визита до морално остаряли фабрики или до модерни съоръжение с оглед получаване на информация за производствения процес. Връзката със зехтиновия туризъм може да се развитие в насока представяне и запозване с дейността на фабрики за зехтин, производствен процес и т.н.

- Селски туризъм – това е туризъм, при който туристите отсядат в хотели изградени като стари къщи, запознават се с бита на селските хора и т.н. Връзката със зехтиновия туризъм би могла да се осъществи чрез посещения на региони, в които се развива производство на зехтин;

- Кулинарен туризъм – отнася се до посещения за фестивали на вкусовопреработвателната промишленост, запозване с различни кухни и обичаи, посещения на ресторанти и т.н. Връзката със зехтина може да бъде организиране на срещи и вечери за запознаване с качествата на видовете зехтин, неговото приложение в различни кулинарни рецепти и др.

1.3. Анализ на основните и производните пазарни показатели на международния пазар на зехтин през периода 2005г. – 2010г.

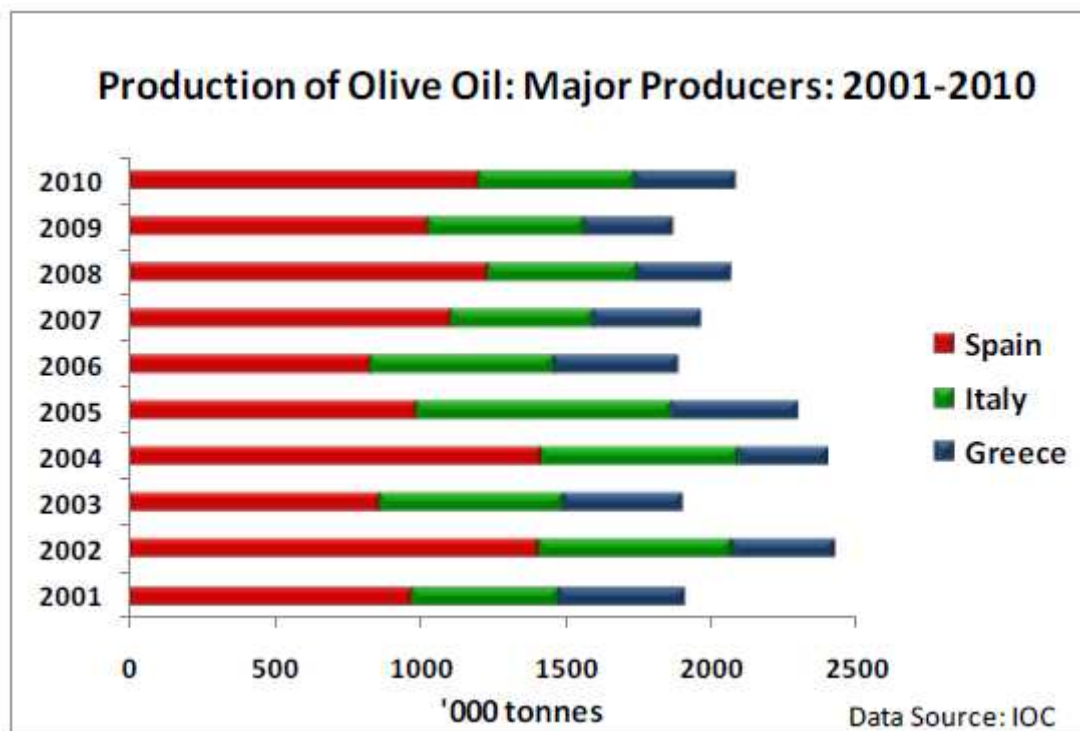
Основно два елемента или два показателя трябва да се вземат в предвид на международния пазар на зехтин в началото на 21 век.: ръстът в производството и нарастването на консумацията. Така за разглеждания период производството се е увеличило от 2,572.5 млн.т за 2005г. до 2,948 млн.т за 2010г. съгласно нуждите на потребителите и инвестициите направени в някои страни. Консумацията се е увеличила от 2,690 млн.т до 2,978 млн.т за периода 2005 – 2010г., основно поради нарастваналото предлагане и развитието за знанията относно здравословните качества на

продукта. За 5-те години, които се анализират , предлагането превишава търсенето.

Някои традиционни и някои нови пазари на производство и потребление играят различна роля на пазара на зехтин. Също така международното потребление се е увеличило, както и конкуренцията. Разбира се може да се твърди, че има пазарни ниши за всички произвеждащи страни, но пазара се характеризира със сложно главно поради анархията на него.

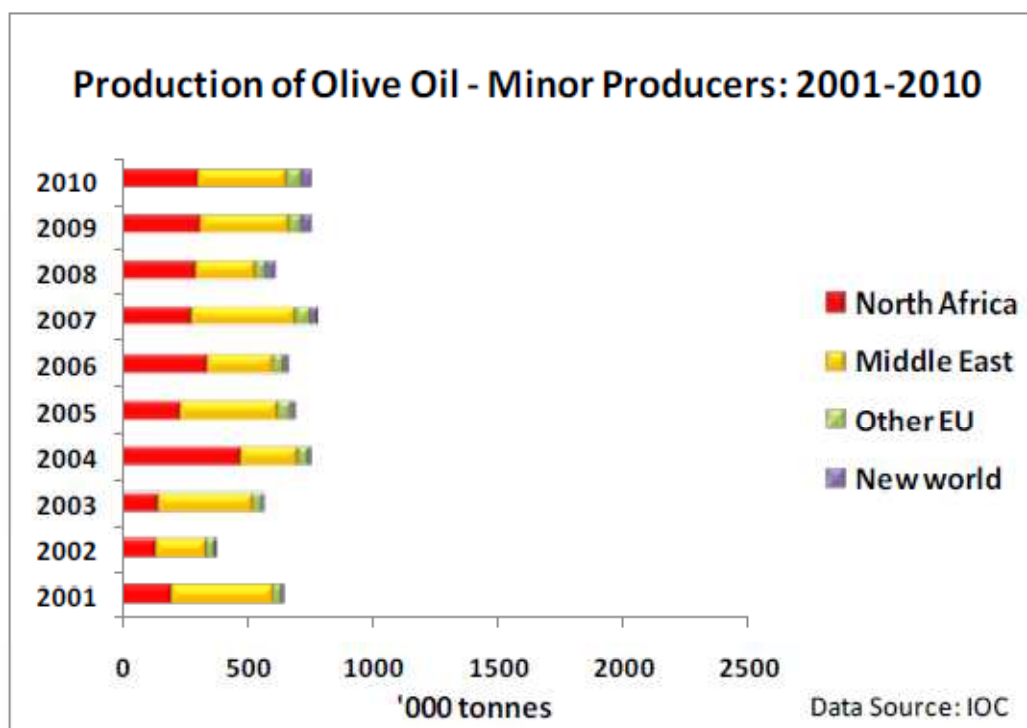
Номер едно производител за 2005-2010 е Испания , което е обичайно. В същото време на Европейския пазар играят значима роля определените квоти по страни, като Испания има 760 000 т. и Италия – 543 000 т. Други страни от Средиземноморието ги следват в производството – Гърция (над 300 000 т), Тунис (около 200 000т), Турция (около 100 000 т).

Граф.1 Основни производители на зехтин



Източник: (ОСІ, 2009)

Граф. 2 Второстепенни производители на зехтин



Източник: (OCI, 2009)

Обичайните производствени сили в сектора и новите потребители насищат за периода пазара на зехтин. В действителност потребление на глава от населението е 11кг или повече. Тези страни главно внасят зехтин извън страните от ЕС. По отношение на количествата не е необходимо те да произвеждат, за да покриват дефицита в потреблението, с изключение на Италия. Италия е основния потребител, вносител, износител за страни извън ЕС, както и преработвател на маслиново масло. Обикновено евтин зехтин се изнася за този богат район от други страни от Средиземноморието: Тунис (8.3%) и Турция (5.6%).

Както показва таблица 1 производството има възходящ темп и това е резултат от два основни фактора: нарастване на засадената площ с маслинови дървета и технологичния напредък в култивирането, като над всички това е подобряване на водоносната система. Имайки в предвид важността на производството в ЕС (около 75% от световното производство), то еволюцията на производство в света и ЕС споделят