



# Междинен секторен анализ

Състояние на конкуренцията в модерната търговия на дребно със селскостопански и бързооборотни хранителни продукти

Комисията за защита на конкуренцията, на основание чл.91, ал.4 от ЗЗК представя предварителните си заключения за състоянието на конкурентната среда в сектора на модерната търговия на дребно със селскостопански и бързооборотни хранителни продукти.

2 декември 2025 г.

# Контекст на секторното проучване

Провежданият секторен анализ изследва конкуренцията на пазара на търговия на дребно с бързооборотни селскостопански и хранителни продукти.

Анализът включва изясняване на характерните елементи на конкуренцията и установяване на функционалните зависимости по цялата верига на доставки.

Комисията се опира на класически подходи:

определяне на пазарни рамки,

изследване на характеристики и структура,

установяване на бариери за навлизане,

анализ на динамиката на цените и пазарите (продуктов и географски), както и действащата нормативна уредба.



# Специфичен контекст на проучването

## Продоволствена сигурност

Функционирането на веригата за доставки е от решаващо значение за гарантиране потребностите на населението от хранителни продукти и продоволствената сигурност на страната.

## Национална сигурност

Продоволствената сигурност е съществена част от концепцията за националната сигурност, изискваща стабилност и устойчивост на пазара. Ограничаването на зависимостите от външни доставчици трябва да се има предвид.

## Ефективна пазарна среда

Необходимо е осигуряване на пазарна стабилност и устойчивост чрез защита развитието на ефективната конкуренцията на всяко едно ниво по веригата на доставки.

# Обхват на производството по преписката на КЗК

Секторният анализ е образуван с Решение № 597/19.06.2025 г. на КЗК по производство по преписка № КЗК-487/2025. Мотивите са свързани с опасения за възможно нарушаване на конкуренцията във връзка с наблюдавано повишение на цените от началото на 2025 г.

**Общата цел** е пълноаспектно проучване на пазара на дребно с цел установяване състоянието на конкурентната среда и идентифициране на необходимите мерки за подобряването ѝ.

**Специфична цел** на изследването е също така да се установи дали евентуалните изкривявания във функционирането на пазара на дребно със селскостопански и бързооборотни хранителни продукти се дължи на поведение на участниците на пазара, което може да се определи като антиконкурентно, включително при наличие на достатъчно данни в тази посока да се образуват производства за установяване на нарушения по Глава 7б или по чл. 15, 21 и 24 от Закона за защита на конкуренцията и/или по чл. 101 и 102 от Договора за функционирането на Европейския съюз.



# Методология на проучването

01

## Събиране на информация

Изискана информация от близо 50 търговски вериги, управляващи около 500 търговски обекта, както и от МЗХ, НАП, Агенция „Митници“, КЗП, ДКСБТ, НСИ и браншови организации.

03

## Правен преглед

Проучване на националната и наднационалната правна рамка и практиката на ЕК и НОК на държавите членки.

02

## Експертни срещи

Проведени задълбочени интервюта с браншови организации и специалисти с експертни знания в областта.

04

## Анализ и заключения

Икономически анализ на макроравнище и формулиране на предварителни заключения за обществено обсъждане.

# Веригата на доставки

1

## Първично производство

Земеделски производители на селскостопански продукти

2

## Преработка

Хранително-вкусова промишленост

3

## Търговия на едро

Дистрибуция и доставки

4

## Търговия на дребно

Крайни продажби към потребители

Европейската комисия разграничава два основни взаимосвързани пазара: доставка към търговци и търговия на дребно с бързооборотни стоки.

# Изследвани продуктови категории

Прясно мляко 3 %, 1 л

Краве сирене 700гр

Кашкавал от краве мляко БДС, 380г

Кайма смес 60/40

Яйца 1, 10 броя подово отглеждане

Пшенично брашно тип 500, 1кг

Бял пшеничен хляб 830гр – нарязан

Слънчогледово олио, 1л

Минерална вода 1.5 л



# Състояние на селскостопанския сектор

## Съдържание и обхват на анализа

01

### **Общо състояние на производството**

Производствени тенденции на изследваните продукти, цени суровини

03

### **Внос и износ**

Тенденции трансграничната търговия на изследваните продукти

02

### **Тенденции в потреблението**

Влияние на и взаимовръзки на потреблението по веригата на доставки

04

### **Специфики в сектора**

Характери и видове вериги на доставки, дистрибуция, канали и модели на търговия



# Производство на сурово краве мляко

За изследвания период 2020-2024 г. се наблюдава устойчив и постоянен тренд на спад в производството на сурово прясно краве мляко в страната.

856 081

Хиляди литра произведено сурово мляко

2020 година

687 584

Хиляди литра произведено сурово мляко

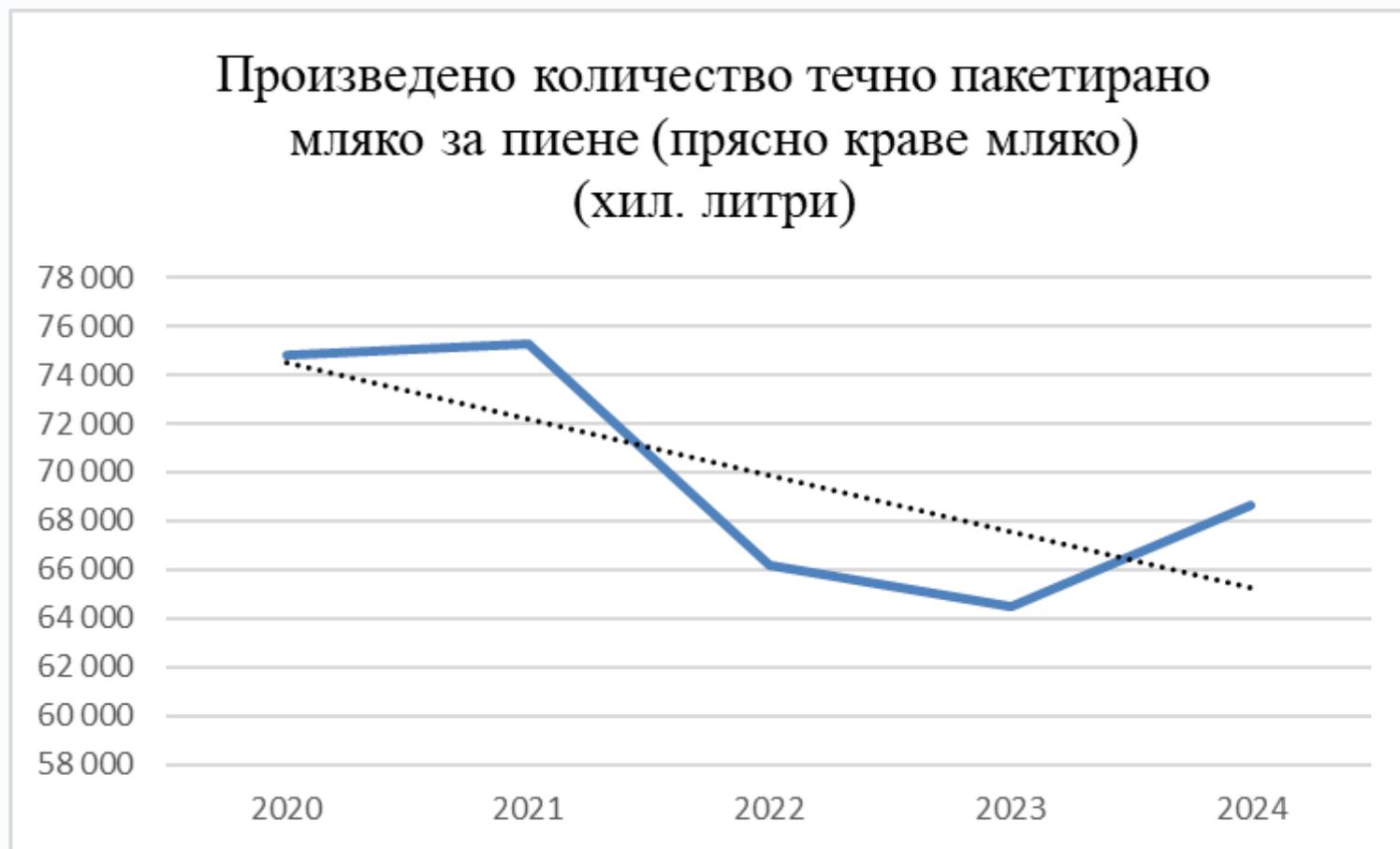
2024 година

- 25%

Намаление

Спад в производството за периода  
2020 – 2024 г.

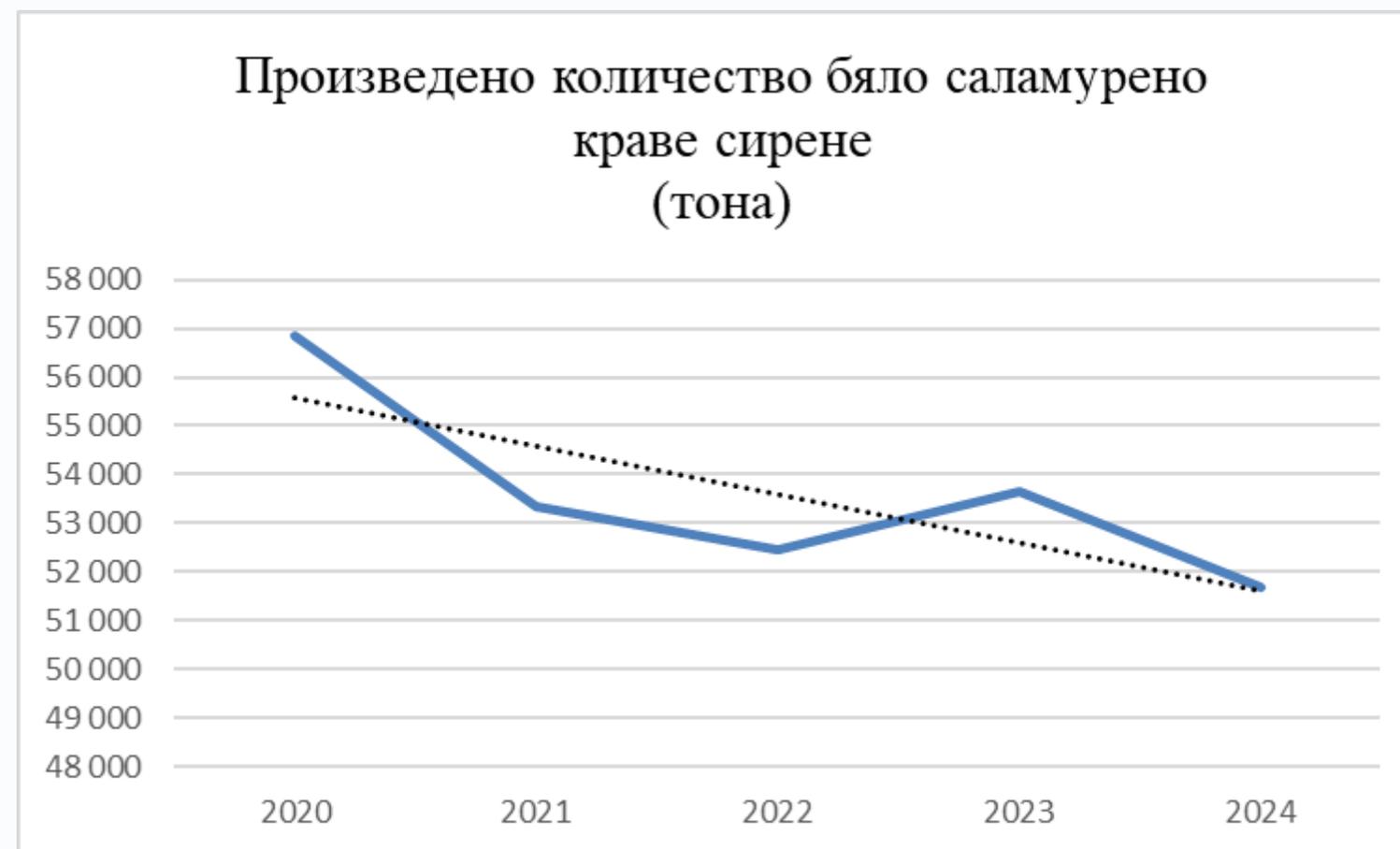
# Производство на течно пакетирано мляко



За целия период (2020-2024 г.) се отчита намаление при производството в национален мащаб на пакетирано прясно мляко в порядъка на – 8 %.

# Производство на бяло саламурено сирене от краве мляко

За целия период (2020-2024 г.) се отчита намаление при производството в национален мащаб на бяло саламурено краве сирене от - 9%.



# Производство на кашкавал от краве мляко



За целия период (2020-2024 г.) се отчита намаление при производството в национален мащаб на кашкавал с - 14%.

# Изкупни цени на сурово краве мляко

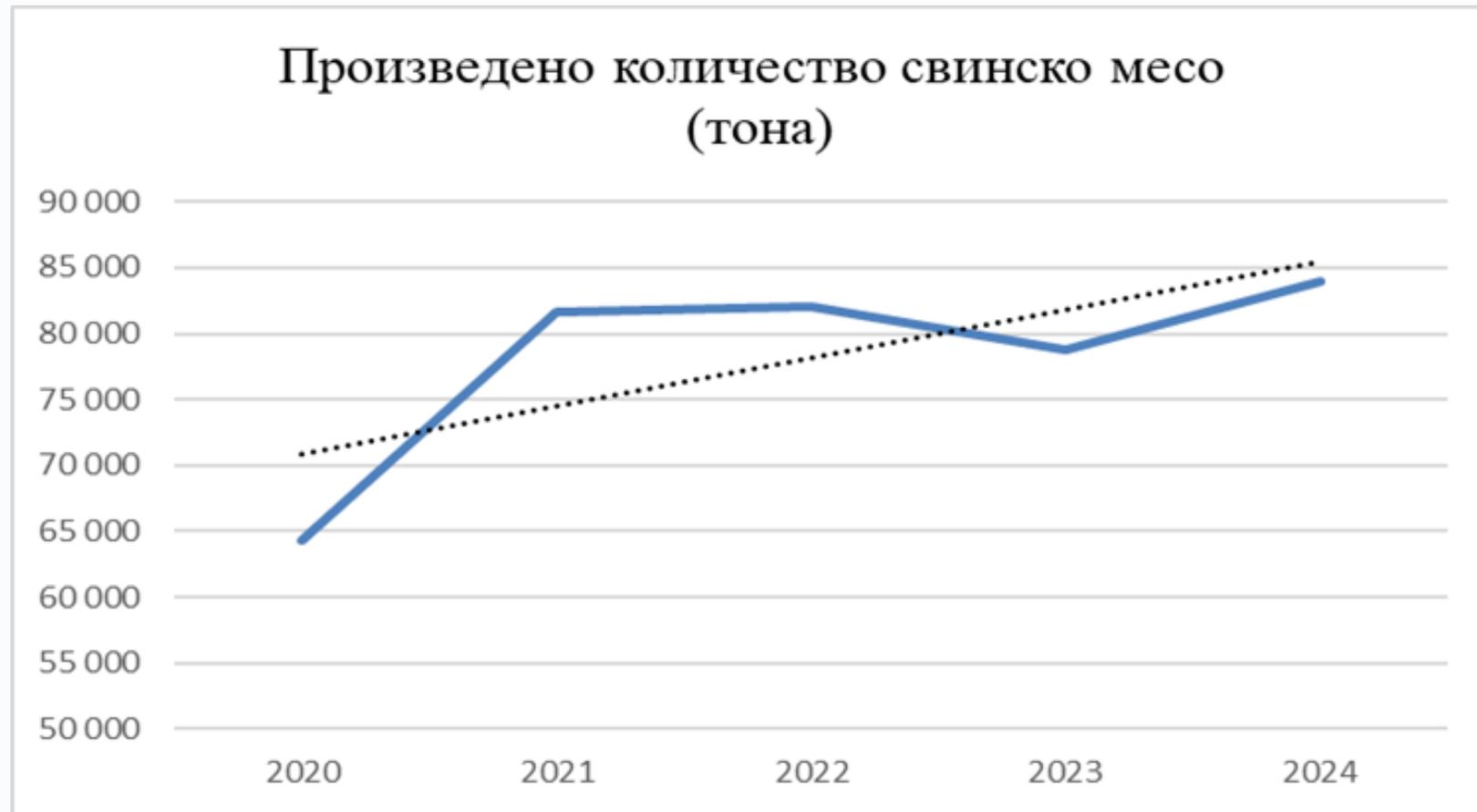
Основен фактор, оказващ влияние върху стойността на производството и търговията на мляко и млечни продукти, е **цената на суровото мляко**.

През разглеждания период (2020-2024 г.), най-високи стойности на цената са отчетени в края на 2022 г. и началото на 2023 г. През 2024 г. средно изкупната цена е нараснала с 1,8% спрямо 2023 г.

Изкупните цени на сурово краве мляко са едни от най-ниските в ЕС.



# Производство на свинско месо

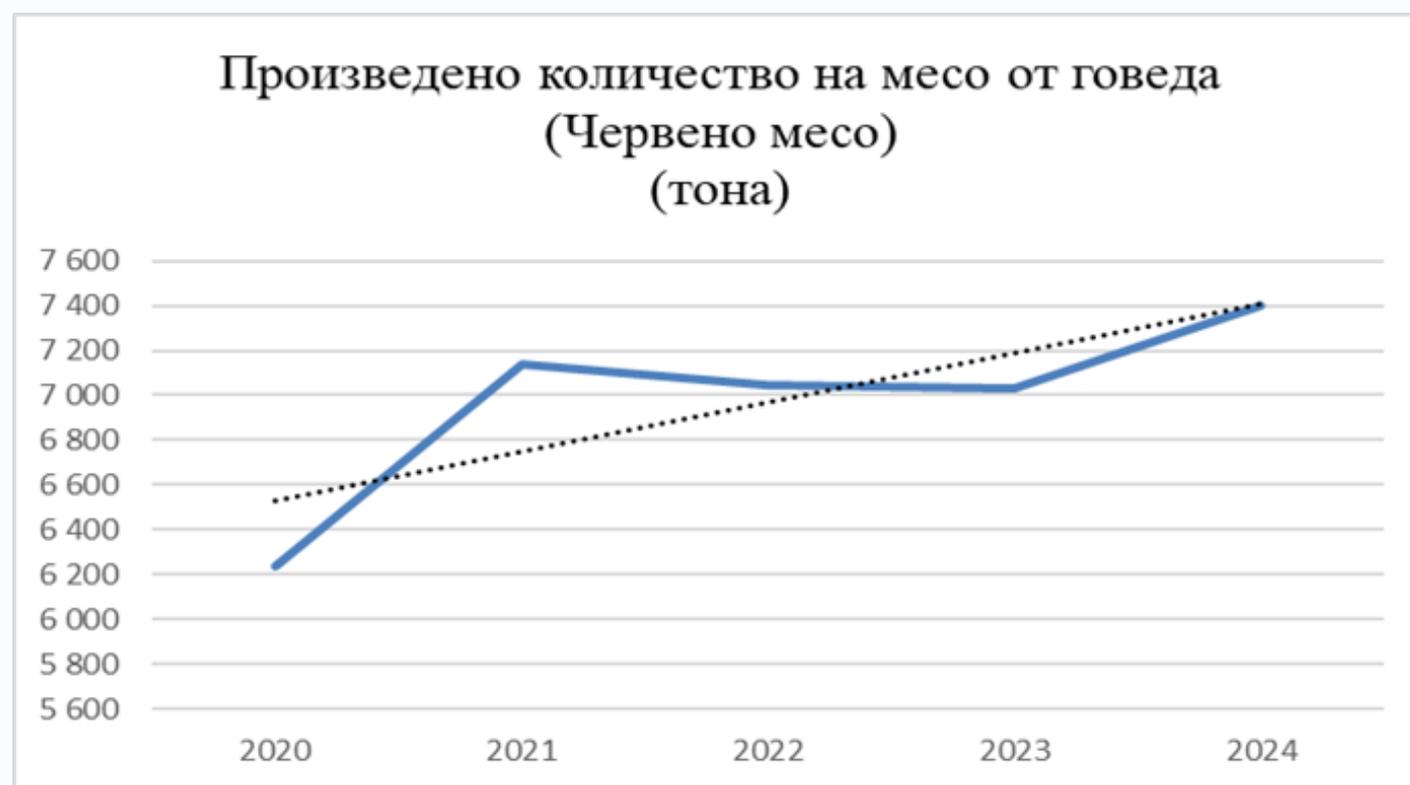


За целия период (2020-2024 г.) се отчита ръст при производството в национален мащаб на свинско месо с **31%**.

# Производство на говеждо месо

Говеждо месо

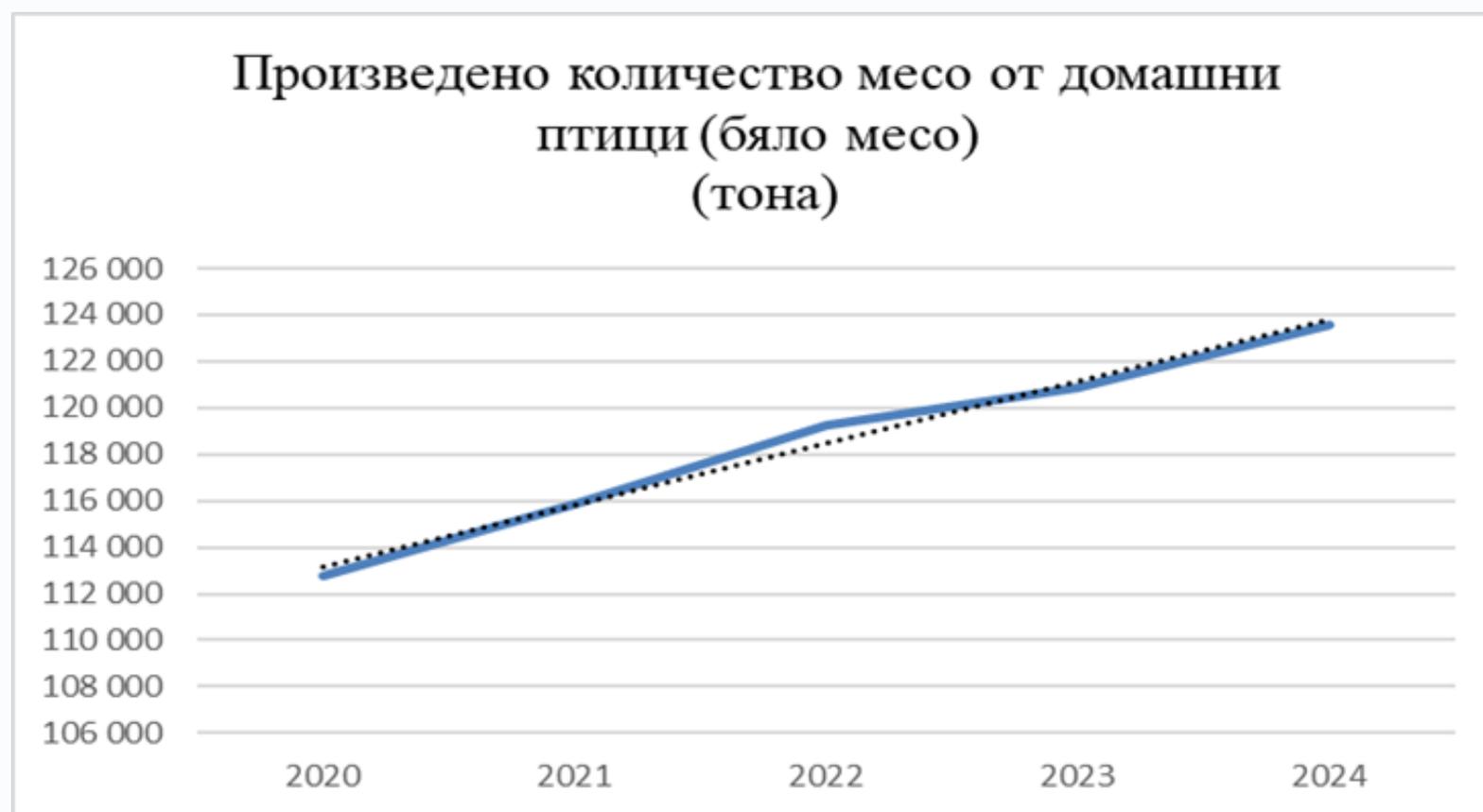
Увеличение от 19% за периода (2020-2024 г.)



# Производство на пилешко месо

## Пилешко месо

Увеличение от 10% за периода  
(2020-2024 г.)



# Производство на яйца от кокошки



## Намаление

Спадът в производството на кокоши яйца за периода 2020-2024 г. е в обем от - 17 %.

За разлика от нарастващото производство на месо от домашни птици, при производството на пресни яйца се забелязва обратният тренд – към намаление на обемите, особено в последните две години.



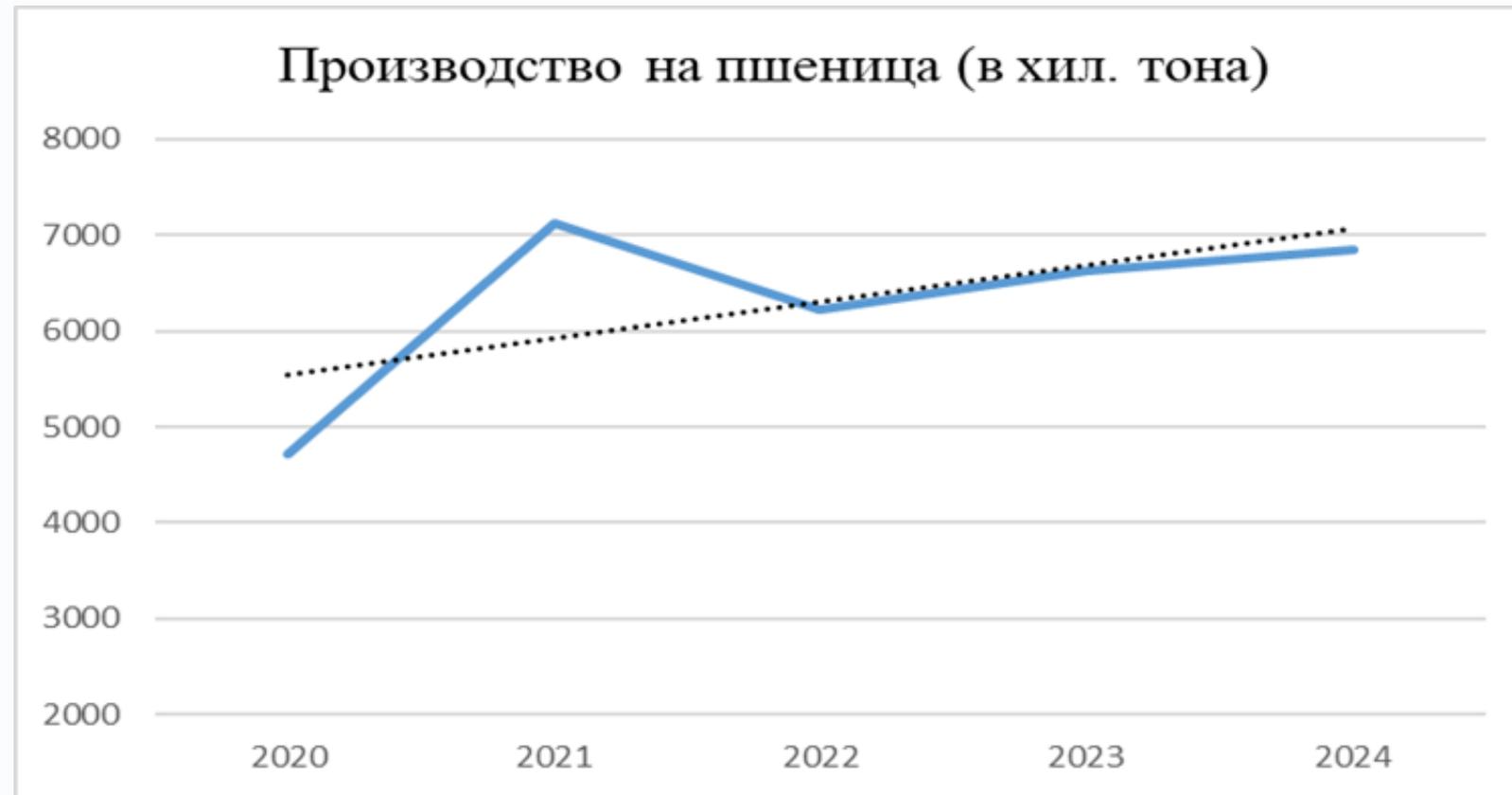
# Производство на пшеничен хляб

## Пшеничен хляб

Спадът в производството на пшеничен хляб за периода 2020-2024 г.  
е в обем от 5 %



# Производство на пшеница



За разглеждания период (2020 – 2024 г.) производството се е увеличило с 45%.

# Производство на слънчогледово олио



През 2023 г. общото производство е нараснало с + 94% спрямо 2020 г., като предварителните данни за 2024 г. показват значителен спад.

За периода 2020-2024 г. тенденция за ръст в производството на рафинирано слънчогледово олио от близо 32 %.

# Производители на слънчогледово олио

01

## Експортно ориентирани

Предприятие с 96% от нерафинираното олио е за износ, 80% от рафинираното също е за експорт

03

## Балансирани

Предприятия с незначителен превес на количествата за българския пазар

02

## Смесен модел

Предприятие със 65% от нерафинираното и 20% от рафинираното олио е за износ

04

## Вътрешен пазар

Предприятие, което реализира продукцията изцяло на вътрешния пазар



# Производство на маслодаен слънчоглед

Производството на слънчоглед след 2022 г. намалява. За основна причина за по-слабата реколта се смятат понижените средни добиви, вследствие на сухото и горещо време през летните месеци.

Спадът в производството на маслодаен слънчоглед за периода 2020-2024 г. е в обем над 6 %.

# Производство на бутилирана вода



Предприятията, работещи в сферата на безалкохолните напитки, минерални и други бутилирани води, са 162 към 2023 г.

През разглеждания период има известен спад на броя на предприятията. В същото време обемът на произведената продукция (безалкохолни напитки, минерални и други бутилирани води) се увеличава, като към 2023 г. е 875 млн. лв.

Производството на минерална вода е позиционирано на цялата територия на страната и обхваща 29 общини в 21 административни области.

# Потребление на мляко и млечни продукти

## Прясно мляко

19,6 литра средно на лице през 2024 г.

Увеличение от 9% за периода 2020 - 2024 г.

## Бяло саламурено сирене от краве мляко

11,5 кг средно на лице през 2024 г.

Намаление от - 2,5% за периода 2020 - 2024 г.

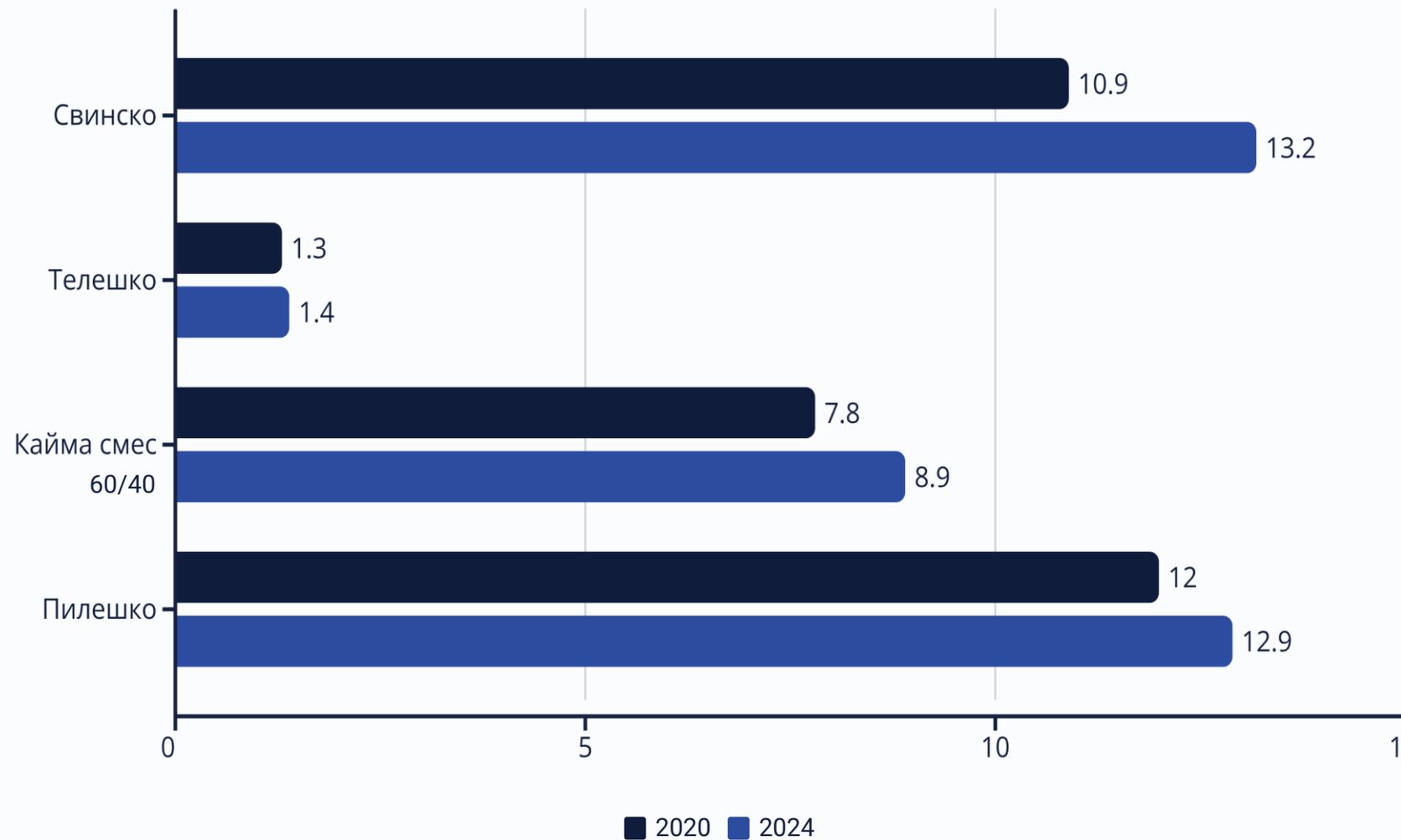
## Кашкавал

5,3 кг средно на лице през 2024 г.

Увеличение от 15% за периода 2020 - 2024 г.

Потреблението на мляко и млечни продукти в България се запазва стабилно. Намалената консумация на бяло сирене се свързва с ръста на цените и липсата на вносни заместители.

# Потребление на месо и кайма средно на лице от домакинство



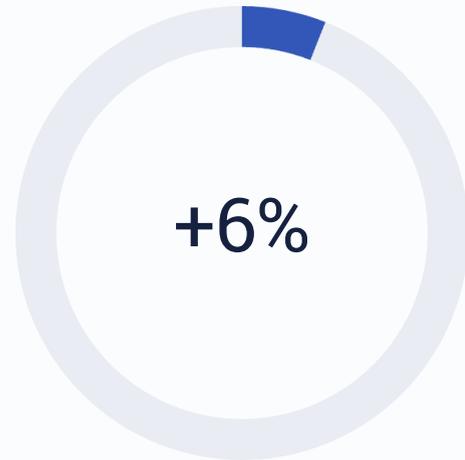
Ръстът в потреблението на свинско месо за периода е 21%

Ръстът в потреблението на телешко месо за периода е почти 8%

Ръстът в потреблението на кайма (60/40) за периода е 14%

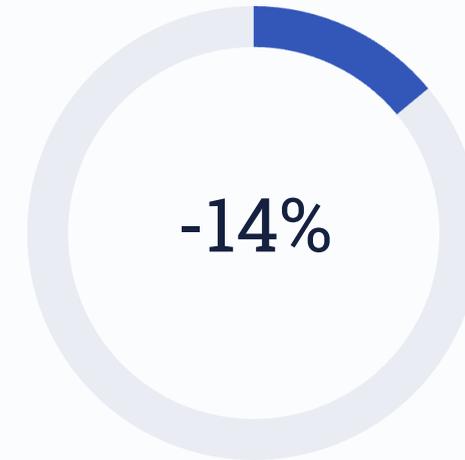
Ръстът в потреблението на пилешко месо за периода е почти 8%

# Потребление на други основни продукти



**Яйца**

Повишение на потреблението за периода 2020-2024 г.



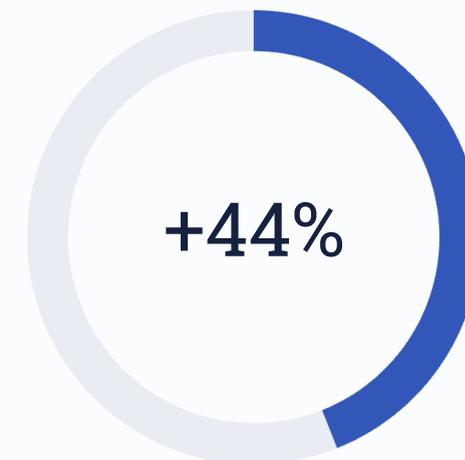
**Хляб**

Спад в потреблението за периода 2020-2024 г.



**Олио**

Спад на потреблението за периода 2020-2024 г.



**Минерална вода**

Най-сериозен ръст в потреблението за периода 2020-2024 г.

При хляб, брашно и олио се наблюдава намалено потребление, което се дължи на промяна във вкусовите предпочитания и диетата на потребителите. Най-сериозен ръст се отчита при минералната вода.

# Внос на мляко и млечни продукти

147

2020 година

Хиляди тона внесени  
млечни продукти

210

2024 година

Хиляди тона внесени  
млечни продукти

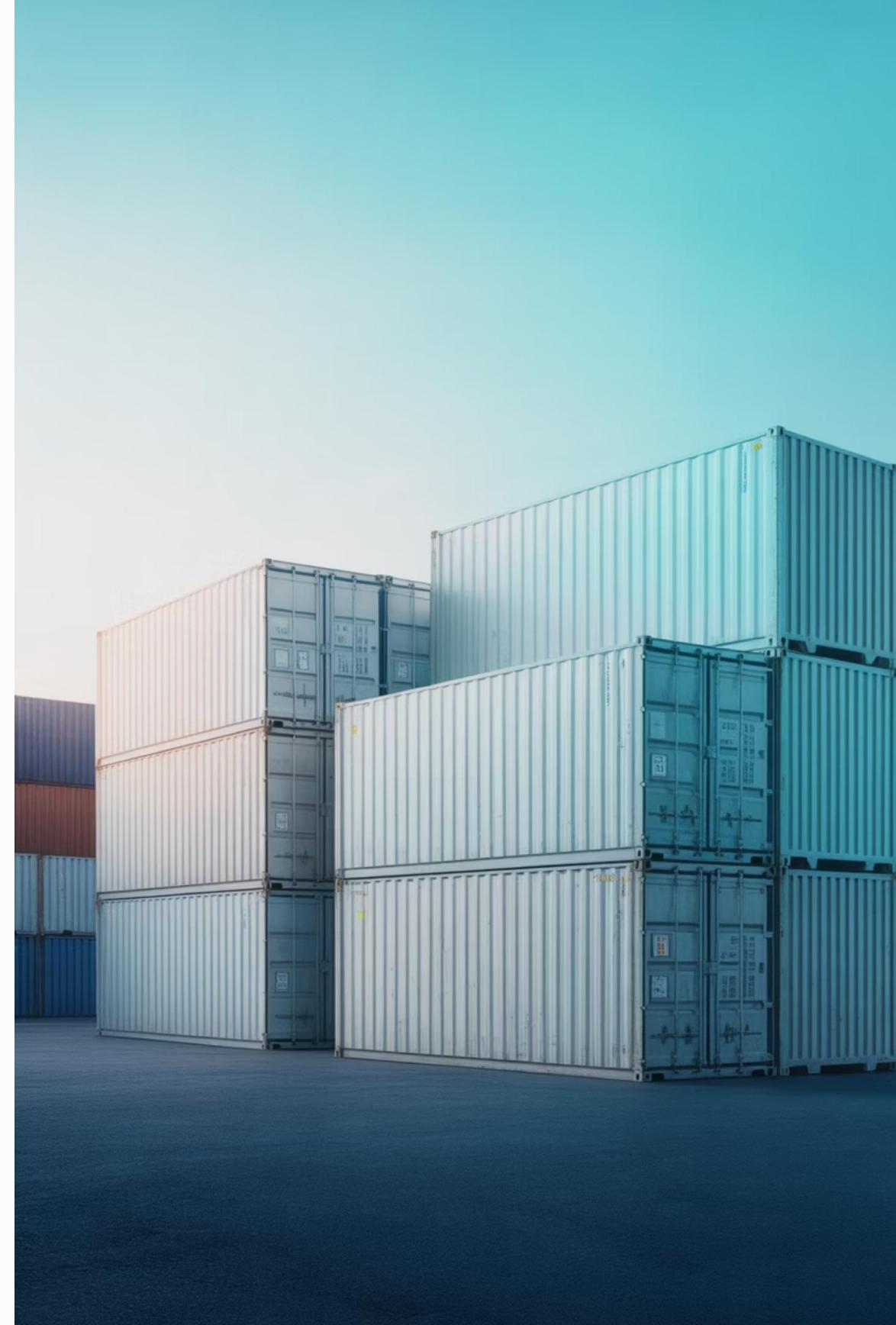
+43%

Увеличение

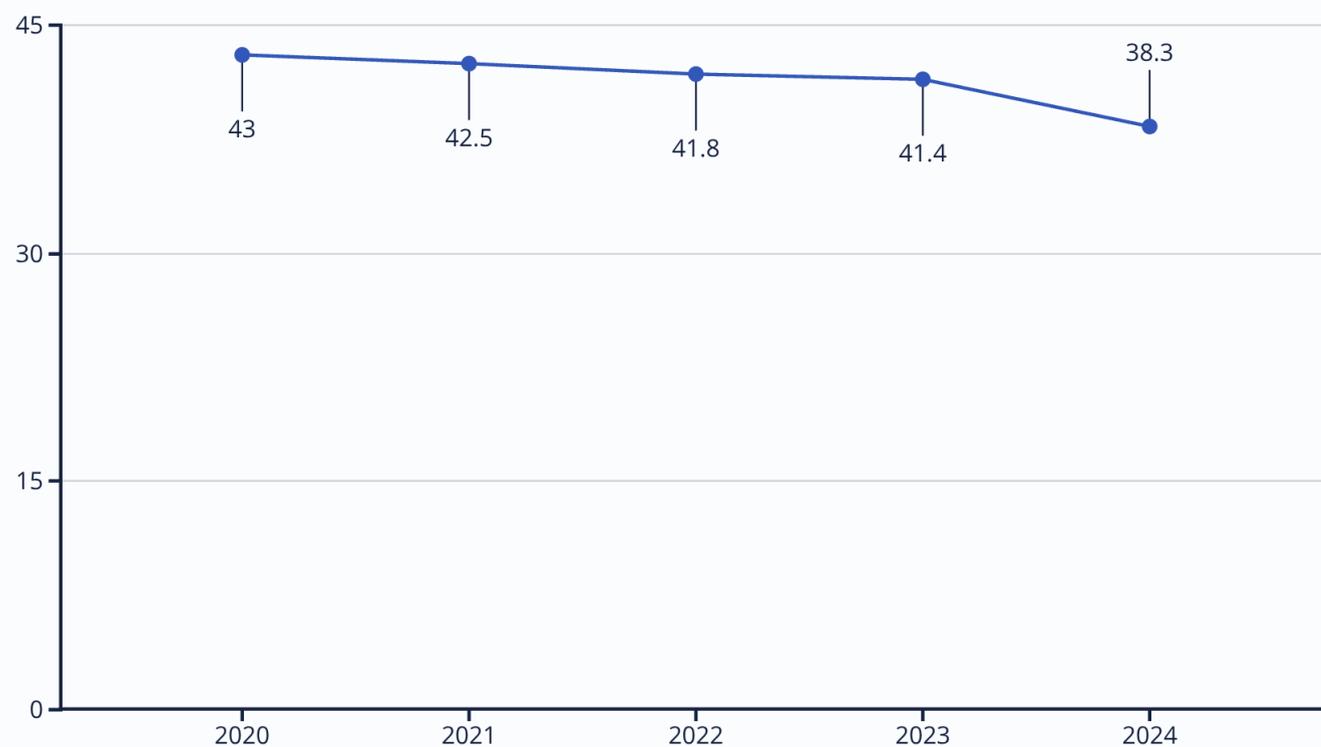
Ръст на вноса за  
периода

За периода 2020-2024 г. се наблюдава значителен тренд на нарастване на вноса на мляко и млечни продукти.

Основните количества се доставят от Румъния, Унгария и Гърция.



# Износ на мляко и млечни продукти



Износът на мляко и млечни продукти е в значително по-малки количества в сравнение с вноса. За периода се наблюдава тенденция на намаление.

**През 2024 г. износът е с - 11% по-малък спрямо 2020 г. и със - 7,5% под нивото от 2023 г.**

Основно експортираните количества са за Гърция, Румъния и Германия.

# Трансгранична търговия със свинско месо

## Внос

След отчетения ръст през 2021 г., се наблюдава тенденция на спад при вноса на свинско месо. Почти изцяло е с произход от ЕС, основно от Испания, Германия и Нидерландия.

## ВНОС

**+0,3 %**

## ИЗНОС

**+88 %**

## Износ

Износът бележи ръст от 3,5 хил. тона през 2020 г. до 7,9 хил. тона през 2022 г. В следващите периоди изнесените количества спадат до 6,5 хил. тона през 2024 г.

Вносът е в обратна зависимост от увеличението на местното производство. Общите трендове на износа за целия период бележат положителна тенденция.

# Трансгранична търговия с говеждо месо

## Внос

**-8%**

Вносът се формира основно от вътреобщностни доставки от Полша, Италия и Нидерландия. След ръст през 2021 г., вносът значително намалява до 7,4 хил. тона през 2022 г.

Данните показват, че увеличеното производство успява да задоволи търсенето и да доведе до намаляване на вноса.

## Износ

Изнесените количества са минимални. През 2023 г. е отчетен многократно по-голям износ спрямо предходните години, чийто размер надхвърля 6 хил. тона.

Причината са значителните количества за Турция с произход от други държави членки, оформени в България като износ от ЕС.

# Трансгранична търговия с пилешко месо

## Внос – ръст + 5%

Почти целият внос е с произход от държави членки на ЕС - Румъния, Унгария, Гърция и Нидерландия. Наблюдава се минимално намаление през 2024 г. спрямо 2023 г.

## Износ – намаление - 8%

Относително стабилен тренд с леки флуктуации. Износът през 2024 г. е по-малък от този през 2020 г. Най-големите обеми са за Гърция, Румъния и Италия.

Завишеното потребление се задоволява успешно от увеличеното производство и не се компенсира от значително увеличен внос.



# Трансгранична търговия с яйца

1

## Внос

Значително увеличение - през 2024 г. ръстът е + 91% спрямо 2023 г., свързано с ниското предлагане от местно производство. Общият тренд за периода 2020-2024 г. е + 49%.

2

## Основен доставчик

Най-значителен импорт се осъществява от Украйна

3

## Износ

Запазва се на ниски нива, с отрицателен прираст през 2024 г.

Основни фактори са по-ниското местно производство и засиленият внос на яйца от Украйна в ЕС, затрудняващ реализацията на българските яйца на европейските пазари.

# Трансгранична търговия с пшеница

## Внос

Вносът на зърнени култури традиционно е в ограничени количества. През пазарната година 2023/2024 достига до 104 хил. тона.

През периода юли 2024 - януари 2025 г. са внесени 48,6 хил. тона пшеница, което е намаление с - 12% спрямо година по-рано. Общият тренд за периода 2020-2024 г. е с повишение от + 329%.

**ВНОС**

**+ 329 %**

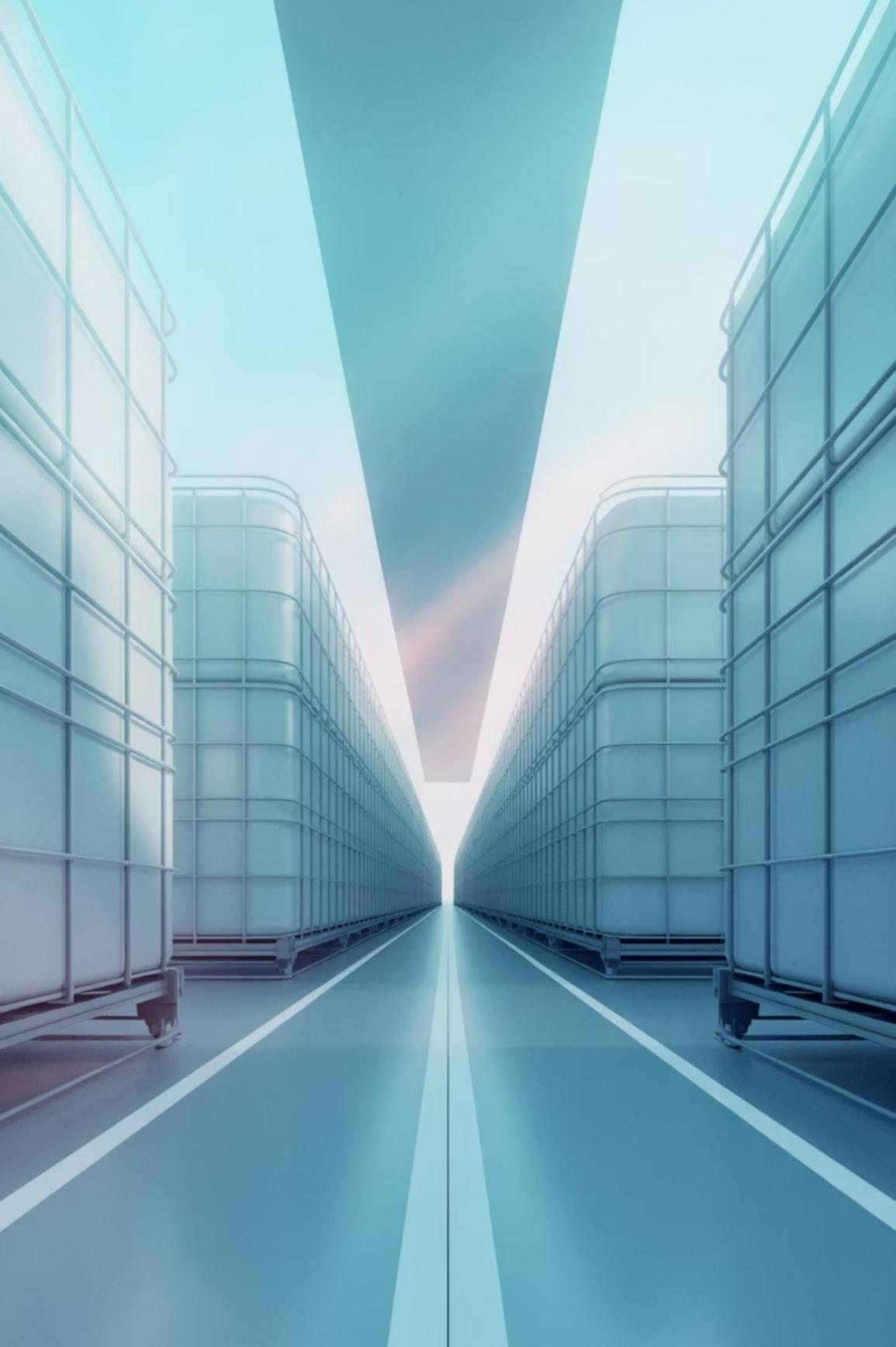
## Износ

През пазарната 2021-2022 г. има увеличение на износа с + 63%. От юли 2024 до януари 2025 г. износът е 3 692,5 хил. тона. Общият тренд за периода 2020-2024 г. е към повишение + 58%.

Водеща дестинация е Алжир, формиращ над една трета от целия обем. Износът в края на периода бележи значително увеличение.

**ИЗНОС**

**+ 58 %**



# Трансгранична търговия със слънчогледово олио

Традиционно България е сред основните държави членки на ЕС износители на слънчогледово олио в Европа.

## Нерафинирано олио

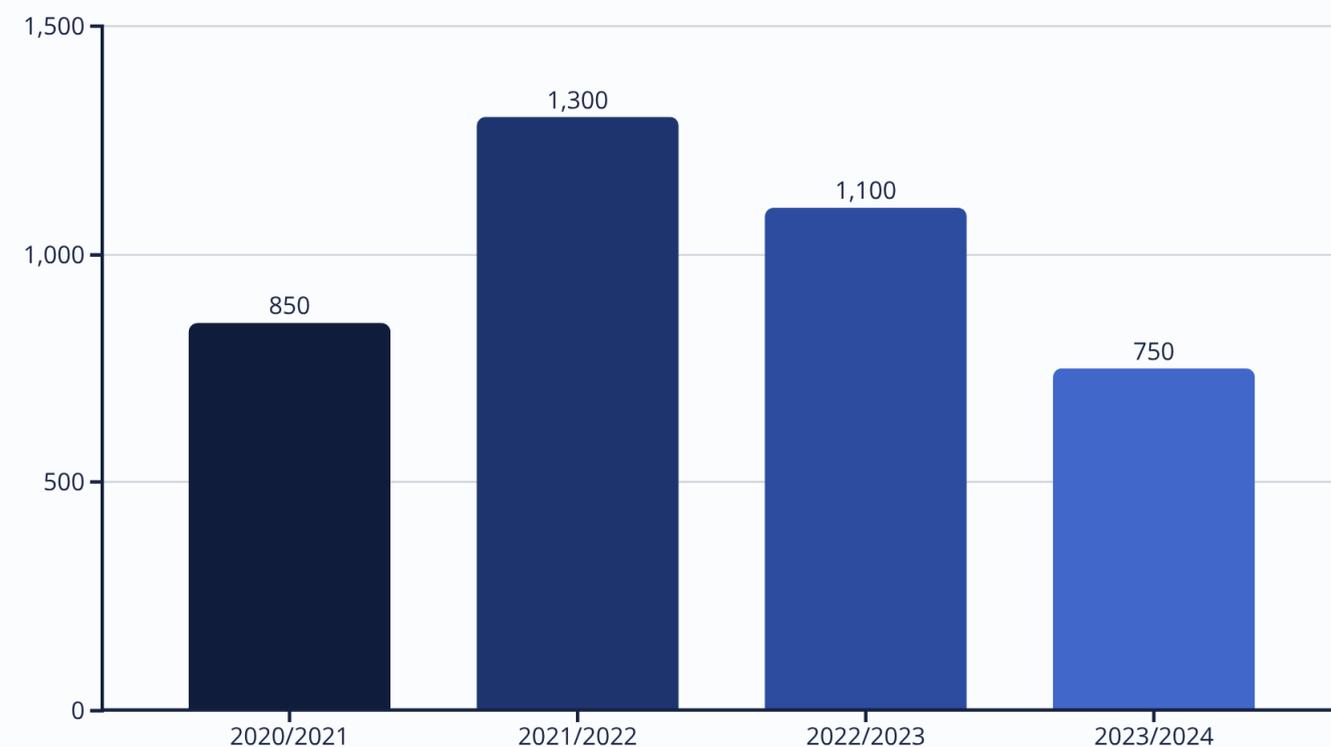
Внесените количества са значително по-малки в сравнение с експортираните. През 2023 г. износът достига 442 млн. кг, като през 2024 г. се наблюдава спад с 33%.

## Рафинирано олио

Съществено увеличение на търгуваните количества. Вносът през 2024 г. нараства на 16,9 млн. кг (ръст 160%), а износът достига 26,7 млн. кг (ръст 77%).

# Трансгранична търговия с маслодаен слънчоглед

## Внос



Основно от Украйна, Румъния и Молдова

## Износ

След спад през 2021/2022 г., през 2022/2023 г. се регистрира повишение. През 2023/2024 г. количествата отново намаляват.

България основно изнася за страни членки на ЕС - Румъния и Гърция. За трети страни най-големи количества са за Китай и Турция.

**ВНОС**

**- 18 %**

**ИЗНОС**

**- 12 %**

# Състояние на млечния сектор

## Спад в производството

Сериозен спад от - **25%** за последните 5 години в производството на сурово краве мляко, причинен от намаление на броя млекодайни крави

## Ниски изкупни цени

По-ниски с около - **10%** спрямо средното ниво за ЕС изкупни цени на суровото краве мляко

## Увеличен внос

Внос на мляко и млечни продукти нараства с **+ 43%** за петгодишния период

## Намален износ

Намаляване на износа с **- 11 %**, свързано с намаленото производство на сирене в страната

# Концентрация в млечния сектор

През януари 2023 г. КЗК разреши „Тирбул“ ЕАД да придобие едноличен контрол върху „Обединена Млечна Компания“ ЕАД (ОМК). В хода на задълбоченото проучване е установено:

**70-80%**

Прясно мляко

Пазарен дял на обединената група

**80-90%**

Млечни напитки

Пазарен дял в ароматизирани млечни напитки

Възникнали са съмнения, че сделката ще доведе до съществено възпрепятстване на ефективната конкуренция чрез установяване на господстващо положение.



# Условия за разрешаването на концентрацията



## Инвестиции

Инвестиции в нови технологии и модернизиране на съществуващите за повишаване на стандарта и качеството



## Оптимизация

Производствена оптимизация и автоматизация по цялата верига на доставките за намаляване на разходите



## Подкрепа

Програми за подпомагане на българските фермери - финансова, техническа и ветеринарна подкрепа

КЗК разреши концентрацията с оглед заявените инвестиционни намерения по чл. 26, ал. 5 от ЗЗК, приемайки че положителният ефект има превес над отрицателното въздействие.

# Опасения на пазарните участници

Обединената група се счита за най-големия участник на пазара на прясно мляко с възможност да влияе върху пазарните процеси и да определя ценовите пазарни равнища.

## Пазарна сила

Участниците се опасяват, че съществува реален риск от изкривяване на конкуренцията във всички продуктови категории

## Лидерска позиция

Обединената група е сочена за най-големия купувач на сурово мляко, което ѝ осигурява водеща пазарна позиция спрямо производителите

## Липса на данни

Липсват данни за реализирането на декларираните инвестиции и намерения за подпомагане на млекопроизводителите

## Значителен внос

Опасения свързани установената структура на вноса на мляко и млечни продукти и сериозен ръст на вноса от Румъния и Гърция

# Обобщения на анализа - млечен сектор

## Структурни изкривявания

Най-сериозни структурни изкривявания при функционирането на вертикално свързания пазар на производство на мляко и млечни продукти

## Спад в суровината

Сериозен спад за периода 2020-2024 г. от 25% в производството на сурово краве мляко, причинен от намаление на броя млекодайни крави

## Ценови дисбаланс

По-ниски изкупни цени на суровината спрямо ЕС при по-бързи темпове на увеличение на цените на дребно

## Внос компенсира производството

Увеличеният внос компенсира намаленото местно производство и задоволява увеличеното потребление



# Обобщение анализа – месен сектор

## Положителни тенденции

- Устойчиви положителни трендове за увеличение на промишленото производство
- Намаляване на вноса и увеличение на износа за петгодишен период
- Задоволяване на увеличеното вътрешно потребление

## Специфики

- Българското месо е предназначено предимно за прясна консумация
- При месопреработката само 40-45% от суровината е с български произход
- Вносът е необходим за поддържане на производствения капацитет на месопреработвателните предприятия

# Обобщения на анализа - други сектори

## Яйца

Значителен спад в производството на фона на увеличено потребление, задоволявано от увеличен внос в резултат от експанзия на продукти с произход от Украйна

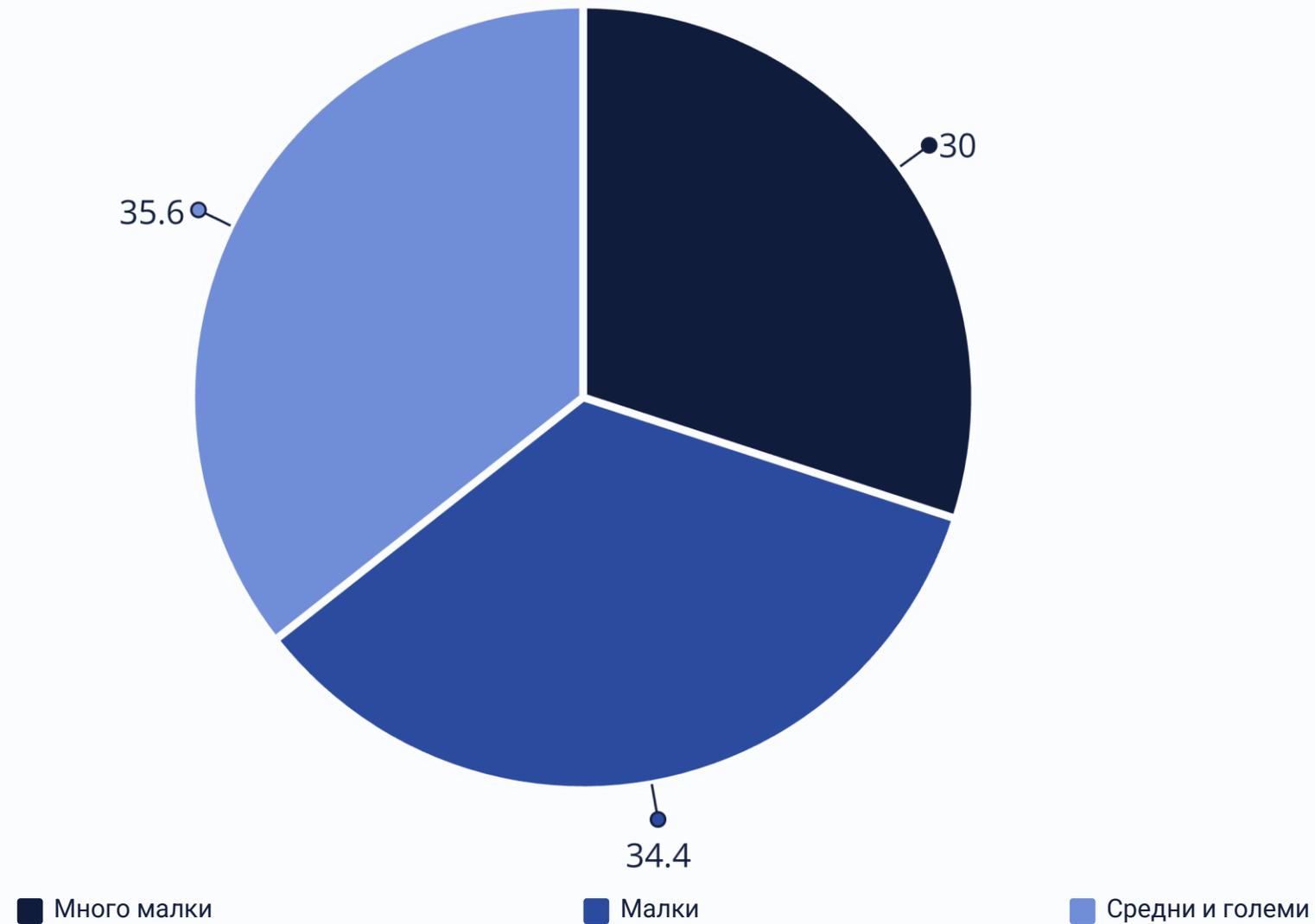
## Брашно и хляб

Необходимо е изследване на еластичността между пазара на производство, трансграничната търговия и вътрешното потребление

## Олио

Производството на суровина е достатъчно за вътрешното потребление, но има недостиг за задоволяване на нарасналите потребности на преработвателната промишленост

# Структура на земеделските стопанства



Общият брой на стопанствата в страната е 132 742.  
Много малките земеделски стопанства (до 1 дка) са 39 676 (30%), а малките са 45 617 (34,4%), формиращи съвкупен дял от 64,4%.

# Основни предизвикателства

## Намаляващо производство

Устойчив спад в производството на ключови селскостопански суровини, особено сурово краве мляко

## Пазарна концентрация

Високо ниво на концентрация в ключови сектори, създаващо рискове за конкуренцията

## Зависимост от внос

Нарастваща зависимост от внос за задоволяване на вътрешното потребление

## Слаба позиция на производителите

Раздробена структура на земеделските стопанства и слаба преговорна позиция

# Възможности за подобрене



## Развитие на формите на коопериране

Насърчаване на създаването и функционирането на земеделски форми на коопериране и организации на производители



## Законодателни промени

Приемане на закон за сдружаване в земеделието и данъчни облекчения



## Къси вериги на доставки

Подкрепа за развитието на къси вериги на доставки и местни пазари



## Финансова подкрепа

Увеличаване на финансовата подкрепа за организации на производители

# Роля на кооперирането

Най-разпространената форма за преодоляване на затрудненията на малките земеделски производители е тяхното коопериране. Международният опит доказва ползите:



## По-силни позиции

По-силни позиции при договаряне с търговци и вериги



## Намалени разходи

Намаляване на разходите чрез споделени инвестиции



## Достъп до финансиране

По-добър достъп до финансиране и субсидии

# Кооперане в Европа

60%

ЕС общо

Дял на кооперането в крайната продукция  
на храни

79%

Франция - мляко

Пазарен дял при изкупуването и  
производството на мляко

85%

Скандинавия

Дял на кооперарането в реализираната  
аграрна продукция

Примери за успешни форми кооперане: Limagrain и Tereos (Франция), Raiffeisen (Германия), Royal Friesland Campina (Нидерландия), Cooperativas Agro-alimentarias (Испания).

# Организации на производители

Организациите на производители (ОП) са доброволно създадени икономически субекти по инициатива на земеделски производители.

Основната им роля е да концентрират предлагането на продуктите на членовете си и да ги приспособяват към търсенето на пазара.

За разлика от кооперациите, членове на ОП могат да бъдат както физически, така и юридически лица.

В България за близо 10 години има създадени и признати от МЗХ само 21 организации, основно в сектор плодове и зеленчуци, и мляко и млечни продукти



# Изключения от правилата за конкуренция

## Общо правило

Всякакви споразумения между пазарни участници, които предотвратяват, ограничават или нарушават конкуренцията, са забранени

## Изключение

Законодателството на ЕС допуска изключения за асоциации на земеделски стопани и организации на производители

## Условия

При спазване на конкретни изисквания, посочени в Регламент (ЕС) № 1308/2013

Предвид специфичната роля на организациите на производители, същите имат право да искат признаване в държавата от ЕС, в която се намират.

# Инициатива на МЗХ

МЗХ публикува за обществено обсъждане концепция за изработване на проект на закон за сдружаване в земеделието. Концепцията реферира към всички относими документи и нормативни актове.

Тази инициатива е крачка напред към намирането на пазарни, съвременни и адекватни на икономическото развитие решения, които да отразяват реалните нужди и предизвикателства пред производителите и преработвателите.



# Вериги на доставки

## Дълги вериги

Характеризират се със комплексност, обхват, наличие на множество посредници и често значителна индустриална преработка. По-неефективни откъм време и разходи, но със съществено значение за осигуряване на масовия пазар.

## Къси вериги (SFSCs)

Традиционни и/или алтернативни начини за производство и разпространение. Броят на посредниците между производител и потребител е минимален или в идеалния случай няма посредници.

# Дълги вериги на доставка

## Териториална разпокъсаност

Липса на развита мрежа от фермерски пазари, магазини на местни производители или щандове

## Недостатъчни обеми

Недостатъчност на произвежданите обеми продукция за самостоятелна реализация по къса верига

## Липса на сътрудничество

Липсата на ефективно сътрудничество между производители и доставчици/търговци на дребно

## Физическа отдалеченост

Затруднения за реализация при търговци поради отдалеченост от логистични центрове на големи вериги



# Къси вериги на доставки

Европейската комисия определя късите вериги като вериги, при които храните може да се идентифицират от производителя или да се проследят обратно до производителя, като броят на посредниците трябва да бъде минимален.

01

## Директни продажби

Продажби директно от стопанството, на фермерски пазари, от магазин на производителя или щандове

02

## Колективни продажби

Сътрудничество на производители за обща схема на доставки към групи на потребители

03

## Партньорства

Партньорства между потребител и производител

# Следващи стъпки в проучването

1

## Задълбочен анализ на пазара на дребно

Детайлно изследване на структурата, бариерите за навлизане и ценовата политика на пазара на модерната търговия

2

## Анализ на отношенията по веригата

Проучване на отношенията между производители, доставчици и търговци на дребно

3

## Оценка на конкурентната среда

Оценка на състоянието на конкуренцията както в по-големите градове, така и в по-малките населени места

4

## Формулиране на препоръки

Разработване на конкретни препоръки за мерки за подобряване на конкурентната среда



Конкурентен анализ на  
пазара на модерната  
търговия със  
селскостопански и  
бързооборотни хранителни  
продукти

# Съдържание и обхват на анализа

01

## Определяне на съответния пазар

Продуктов и географски обхват на изследването

02

## Бариери за навлизане

Административно-правни и икономически предизвикателства

03

## Структура на пазара

Участници, пазарно положение и концентрация

04

## Ценова политика

Анализ на надценките и ценообразуването

05

## Заключения и препоръки

Мерки за подобряване на конкурентната среда



# Определяне на съответния пазар

## Основа за секторния анализ

Определянето на съответния пазар е основата за изчисляване на пазарните дялове при извършването на секторни анализи. Съответният пазар се състои от продукти и географски пазар, като дефинирането им е системно обвързано.

Прилагането на концепцията за съответния пазар следва да бъде съобразено с целта да се установи състоянието на конкурентната среда на пазара на дребно на селскостопански и бързооборотни хранителни продукти и да се идентифицират необходимите мерки за подобряването на средата.

# Продуктов пазар: Бързооборотни продукти

## Характеристики на продуктите

Бързооборотните стоки включват широка гама продукти за ежедневна употреба - хранителни стоки, напитки, препарати за дома и лична хигиена. Те са предназначени за реализация на дребно в търговската мрежа за покупка от крайните потребители.

Видът и характеристиките на тези продукти като такива от първа необходимост и с масова консумация определят нуждата от реализиране на чести покупки, което обуславя необходимостта от непрекъснато обновяване на продуктите наличности.



# Модерна срещу традиционна търговия

## Модерна търговия

- Супермаркети (400-2500 м<sup>2</sup>)
- Хипермаркети (над 2500 м<sup>2</sup>)
- Дискаунтъри
- Широк асортимент
- Големи паркинги

## Традиционна търговия

- Квартални магазини
- Специализирани магазини
- Удобни магазини (под 400 м<sup>2</sup>)
- Мини маркети (под 200 м<sup>2</sup>)
- Ограничен асортимент

Търговският модел на хипермаркетите (териториално покритие, големи паркинги, широк асортимент) прави пазара на дребно от типа на модерната търговия и пазара на традиционната търговия **взаимонезаменяеми** по отношение на търсенето.



# Европейска практика при дефиниране на пазара

Европейската комисия и националните органи по конкуренция са приели, че продажбите на дребно на ежедневни потребителски стоки, извършвани чрез супермаркети, хипермаркети и дискаунтъри представляват самостоятелен продуктов пазар.

Супермаркетите, хипермаркетите и дискаунт веригите се конкурират по отношение на предлаганите продукти, маркетингова стратегия и подход към клиентите, като всеки предлага възможността да се закупят всички ежедневни хранителни продукти в един магазин.

# Географски пазар: Локален обхват

Съответният географски пазар обхваща географския район, в който предприятията предлагат съответни продукти, като условията на конкуренция са достатъчно хомогенни.

КЗК приема, че пазарът следва да бъде определен в границите на територията, където продажбата може да бъде лесно достигната от потребителите, в радиус от приблизително 20-30 минути път с автомобил.

Хипермаркетите имат по-голям район на обслужване (20-30 минути) от супермаркетите (10-20 минути). В малките населени места пазарът съвпада с рамките на населеното място.



# Заключение за съответния пазар

За целите на настоящия междинен анализ, КЗК ще анализира пазара на търговия на дребно с бързооборотни стоки, извършвана от хипермаркети, супермаркети и дискаунтъри (т.нар. модерен канал за търговия).

Прецизната дефиниция на продуктовия пазар може да бъде оставена отворена, предвид спецификите на пазара в страната и необходимостта от последващ задълбочен анализ по отношение навлизането на големите търговски вериги в обхвата на традиционната търговия.

Налице са множество локални географски пазари, обхващащи съответната зона на обслужване на клиентите, която може да обхваща различни райони в големите градове или да съвпада с цялата територия на дадено населено място.

# Бариери за навлизане на пазара

## Определение и значение

Бариерите за навлизане са условия, които затрудняват или предотвратяват навлизане на нови или разширяване дейността на други предприятия на съответния пазар.

1

### Административно-правни

Законови изисквания, лицензи,  
разрешения

2

### Икономически

Първоначални разходи, икономия от  
мащаба

3

### Стратегически

Действия на установени участници

# Административно-правни бариери

## Започване на дейността

- Регистрация на обект за търговия с храни (БАБХ)
- Становище за санитарни условия (РЗИ)
- Съгласуване на работно време
- Уведомление до НАП
- Противопожарни сертификати
- Регистрация на транспорт

## Осъществяване на дейността

- Свързаност с комунални услуги
- Допустимо време за зареждане
- Рекламно-информационни елементи
- Изисквания за сметосъбиране
- Специфични общински изисквания

Административно-правните изисквания са общовалидни за всички търговци на дребно в страната, независимо от мащаба на дейност, и не представляват значителна бариера за навлизане на пазара.

# Икономически бариери: Структурни

1

## Първоначални разходи

Закупуване или наемане на обект, строителство, оборудване.  
Големите вериги инвестират в собствени обекти, по-малките наемат.

2

## Регионални различия

Цените на имоти варират значително - по-ниски в Северозападна България, по-високи в София и големите градове.

3

## Площ и асортимент

По-голямата площ привлича повече клиенти чрез богат асортимент, но изисква по-големи инвестиции.

4

## Оперативни разходи

Персонал, зареждане със стоки, складове, транспорт, достъп до финансиране.

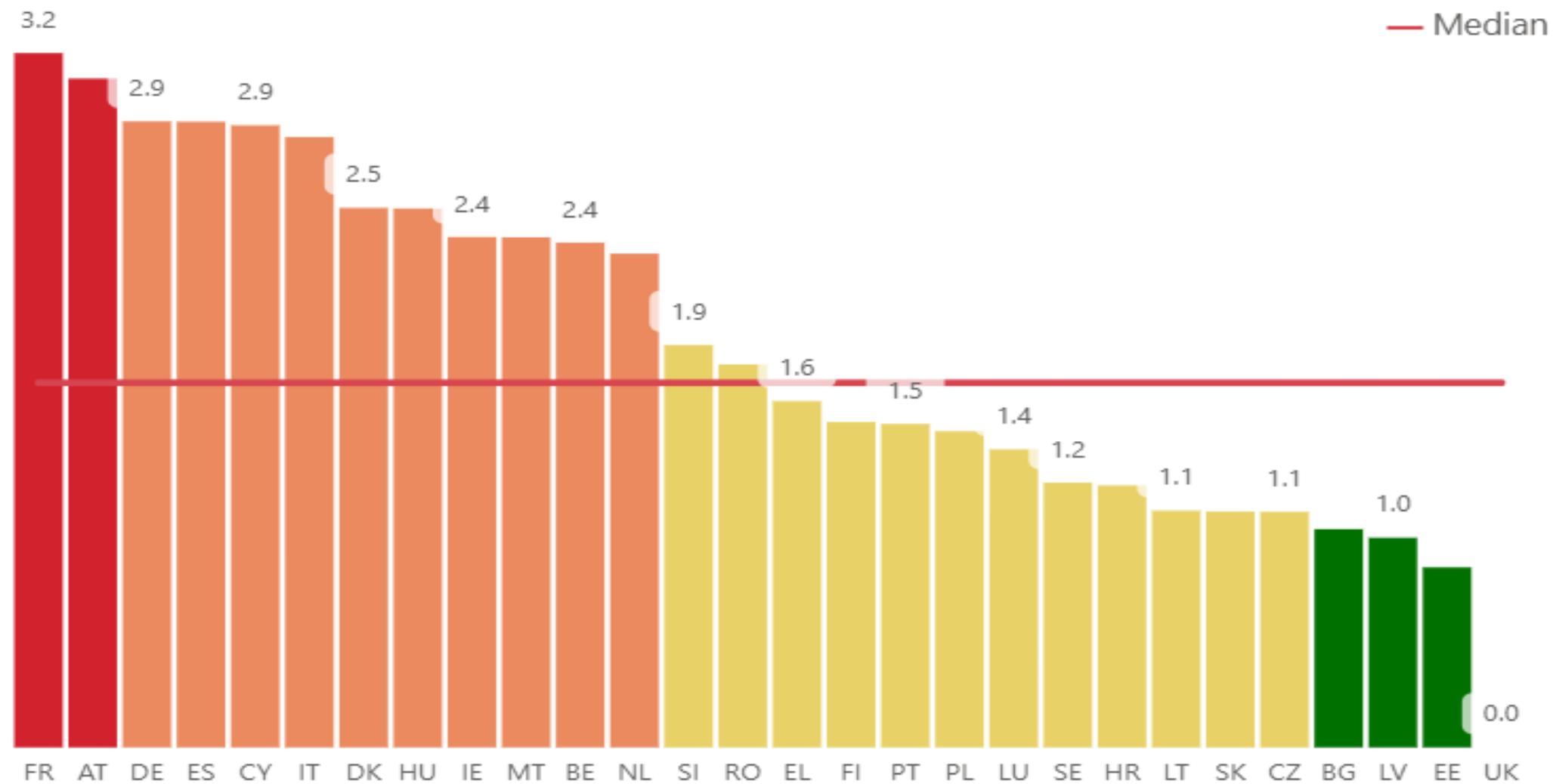


# Логистичен модел на големите вериги

Големите търговски вериги се снабдяват директно от доставчици до централизирани складове, което осигурява значителни предимства:

- Икономии от мащаба и обхвата
- Директни отношения с производителите или преработвателите
- Оптимизация на транспортните разходи
- По-голяма продуктова диференциация

По-малките производители/преработватели има по-малки възможности да договарят с веригите, тъй като разходите за доставка до отдалечен логистичен център не са рентабилни, нито могат да осигурят необходимото количество продукт.



## Сравнителен анализ с ЕС

От извършения анализ безспорно се установява, че България е една от малкото страни в ЕС, в които административната тежест за бизнеса, като бариера за навлизане на пазара за търговия на дребно, е най-малка както по отношение на отваряне на търговски обект, така и във връзка с неговото функциониране.

За справка може да бъде проследен опитът на Австрия (2-ро място в ЕС) и Германия (3-то място в ЕС), от гледна точка на административната тежест за бизнеса.

# Рестриктивни практики в ЕС

## Франция

Обекти над 1000 м<sup>2</sup> изискват разрешение от Комитет за търговско планиране

## Испания и Дания

Ограничения по отношение местоположението на обектите за търговия

## Белгия и Швеция

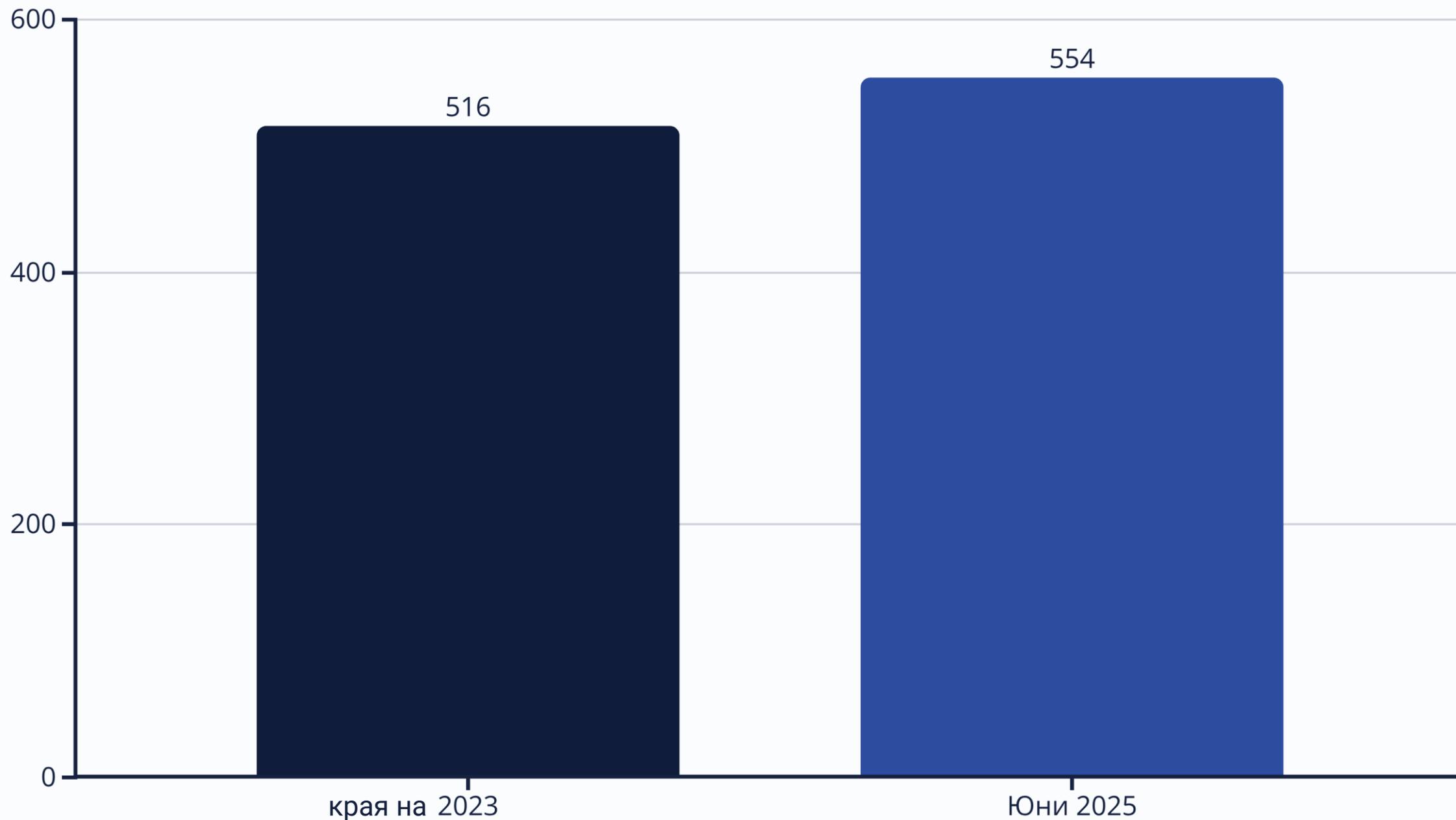
Конкуренти и съседни могат да подават възражения при изграждане

## 17 държави

Забрана за работа в неделя (Австрия, Германия, Испания, Гърция, Полша)

## Разрастване на търговските вериги

В периода от края на 2023 до юни 2025 г. петте най-големи вериги в страната значително разшириха дейността си:



За година и половина се наблюдава съществено увеличаване на броя и размера (площта) на обектите в почти всички области на страната. В София са отворени 11 нови обекта, а в по-малките населени места като Враца, Видин, Търговище - общо 38 нови обекта.

# Заключение за бариерите

Установените на пазара икономически и правно-административни бариери са ниски и лесно преодолими. Доказателство е продължаващото разрастване на големите търговски вериги в България.

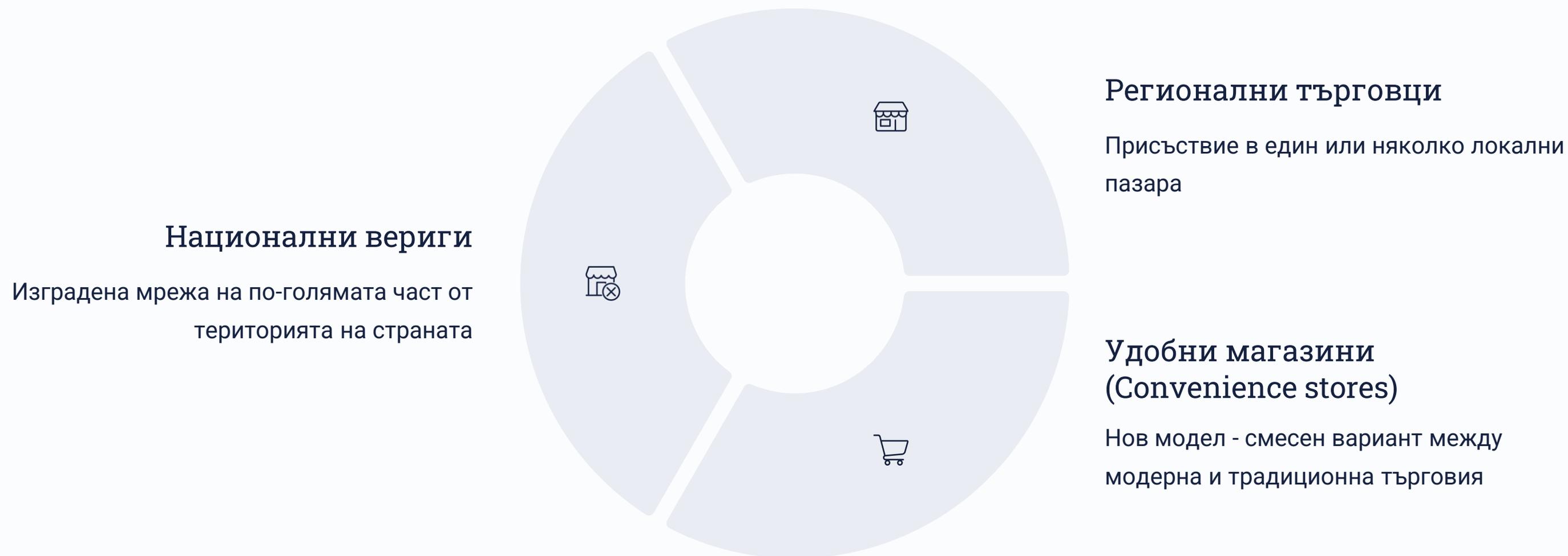
Въпреки ниските бариери, разрастването на големите вериги и тяхното засилено присъствие на локално ниво създава съществена икономическа бариера за останалите участници и потенциални конкуренти.



# Структура на пазара: Участници

## Основни категории търговци

На пазара на модерната търговия на дребно с бързооборотни стоки оперират множество дружества, управляващи супермаркети, хипермаркети и дискаунтери.



# Десет големи търговски вериги

Фокус на междинния анализ са десет от най-големите търговски вериги в страната, подбрани съобразно притежаваната пазарна мощ:

- Билла
- Кауфланд
- Лидл
- Метро
- Т-маркет
- ЦБА-Бурлекс
- ЦБА-Коме
- Фантастико
- Промаркет
- Магазини 345

Изследваните десет вериги дават достатъчна степен на представителност на проучването за целите на междинния анализ.

# Критерии за оценка на пазарното положение



## Брой обекти

Присъствие в отделните административно-териториални области на страната



## Търговска площ

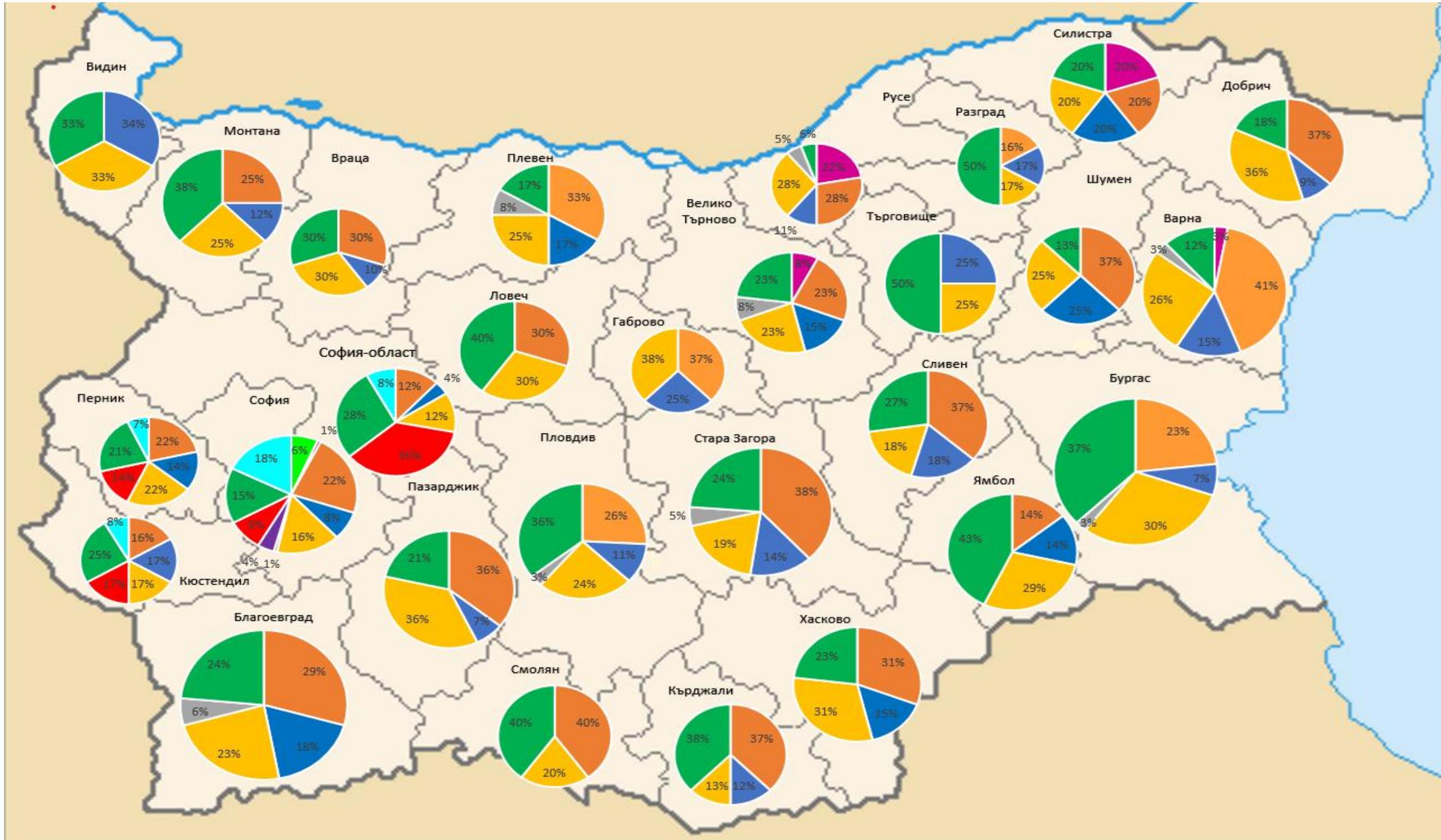
Разполагаеми площи по административно-териториални области



## Обороти

Генерирани приходи по обекти за 2024 г.

За целта бе изисквана информация за броя стопанисвани магазини, тяхната площ и реализиран оборот за отчетната 2024 г. На база събраната информация е изчислено процентното отношение по трите критерия за всяка административна област.



# Присъствие по административно-териториални области

Лидл има обекти във всяка област на модерната търговия.

Четири търговски вериги оперират в по-голямата част на страната - Кауфланд, Лидл, Билла и Т Маркет.

В областите София, София-област, Кюстендил, Перник, Русе, Велико Търново и Варна се наблюдава най-голямо присъствие на магазини. В София има представителство на всяка от веригите.

В области Видин, Ловеч, Габрово, Търговище и Смолян се открояват само по трима представители от модерната търговия.

# Пазарно положение: Брой обекти

В по-голямата част от областите има присъствие на четири или пет от анкетираните вериги. В част от тези области се наблюдава търговец с по-значително процентно съотношение по брой обекти.

**43%**

Т Маркет в Ямбол

Брой обекти спрямо други вериги

**50%**

Т Маркет в Разград

Присъствие в областта

**37-38%**

Водещи позиции

В Пловдив, Бургас, Стара Загора, Сливен

# Пазарно положение: Разполагаема площ

В областите с три търговски вериги се наблюдава по един участник, чието процентно съотношение на разполагаемите площи е сравнително по-голямо спрямо останалите.

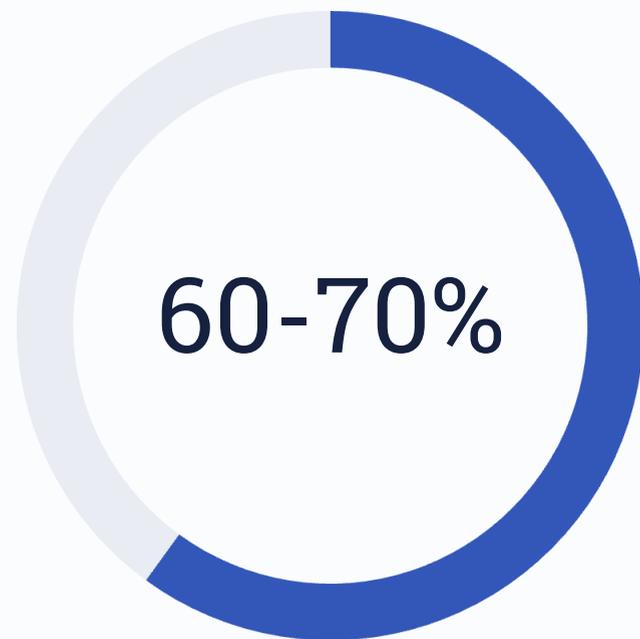
## Области с концентрация

- Видин: 50-60% от общата площ
- Габрово: 40-50%
- Търговище: 40-50%
- Смолян: 40-50%
- Ловеч: 50-60%



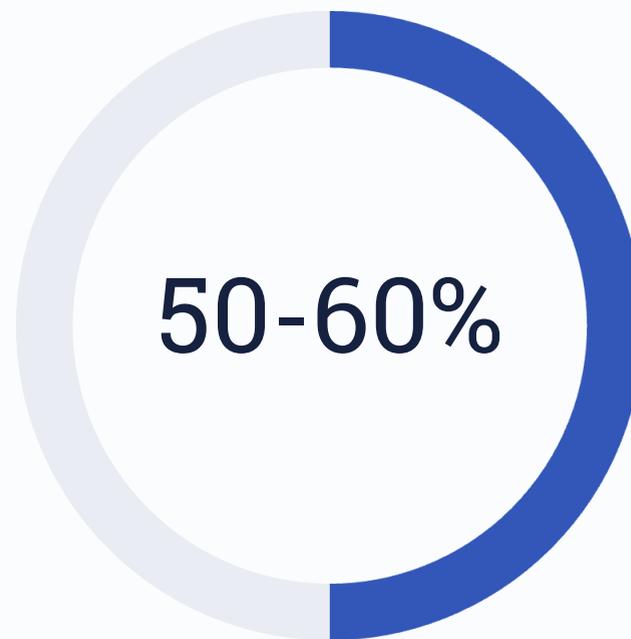
# Пазарно положение: Реализиран оборот

По отношение на оборота, формиран в административните области, се откроява по една верига с по-висок процент в сравнение с останалите.



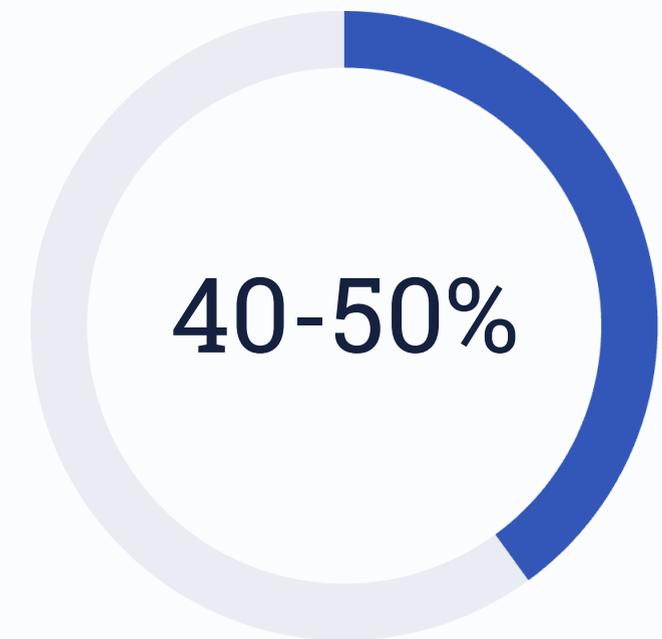
Област Видин

От общия оборот на присъстващите вериги



Шумен и Разград

Водеща позиция на пазара



Добрич и Пазарджик

Значителен пазарен дял

# Интерактивна национална карта

Институтът по интелектуална собственост и технологичен трансфер при УНСС разработи интерактивна карта за проследяване на данните от секторния анализ.

Картата позволява филтрация по:

- Изглед - обекти, общини, области
- Географски филтър - региони, райони, области
- Филтър верига/ЕИК
- Тип търговия - модерна и традиционна



# Статистика от интерактивната карта

Картата генерира статистика за:

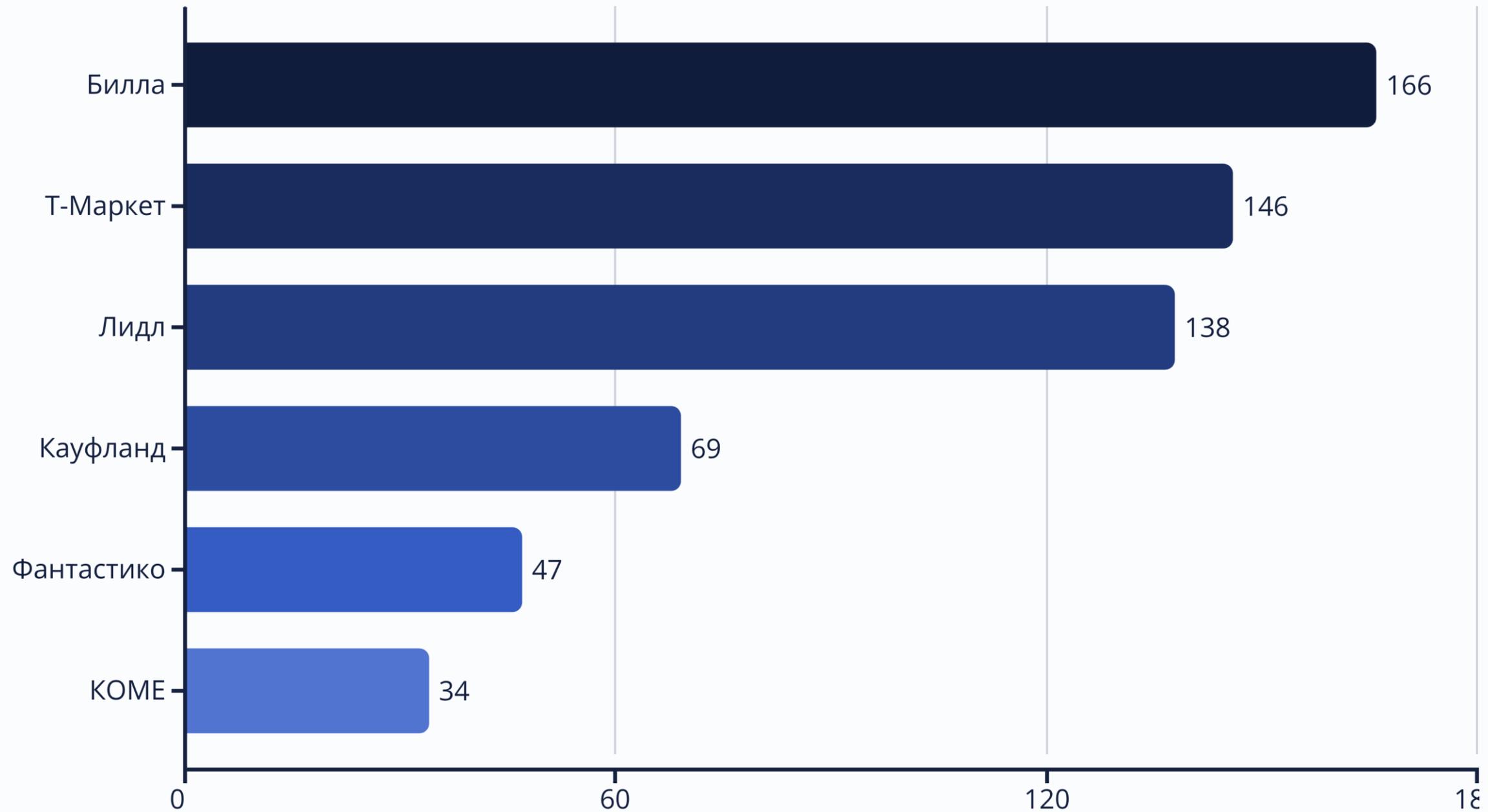
- Общини по брой обекти от модерна търговия
- Големи вериги по брой обекти
- Вериги по процент от общия брой обекти
- Вериги и области с брой обекти

Позволява бърза филтрация и съпоставяне, експортиране на таблици, графики и данни в обобщен вид.



# Брой обекти по вериги

Десетте изследвани търговски вериги по брой притежавани обекти в низходящ ред:



# Общини по брой обекти

Общините с най-много обекти на десетте изследвани вериги:

244

Столична община

Най-голяма концентрация на  
обекти

45

Община Пловдив

Втора по брой обекти

29

Община Варна

Значително присъствие

24

Община Бургас

Добро покритие



## Заключения за структурата на пазара

В столицата и областите с по-голям брой население, по-добра инфраструктура и бизнес среда, се наблюдава по-силно развита магазинна мрежа. Пазарът е сравнително конкурентен.

В част от областите конкуренцията е по-ограничена, като оперират три или четири търговеца. В тези области се наблюдава участник с водеща позиция и значителен процент реализирани приходи.

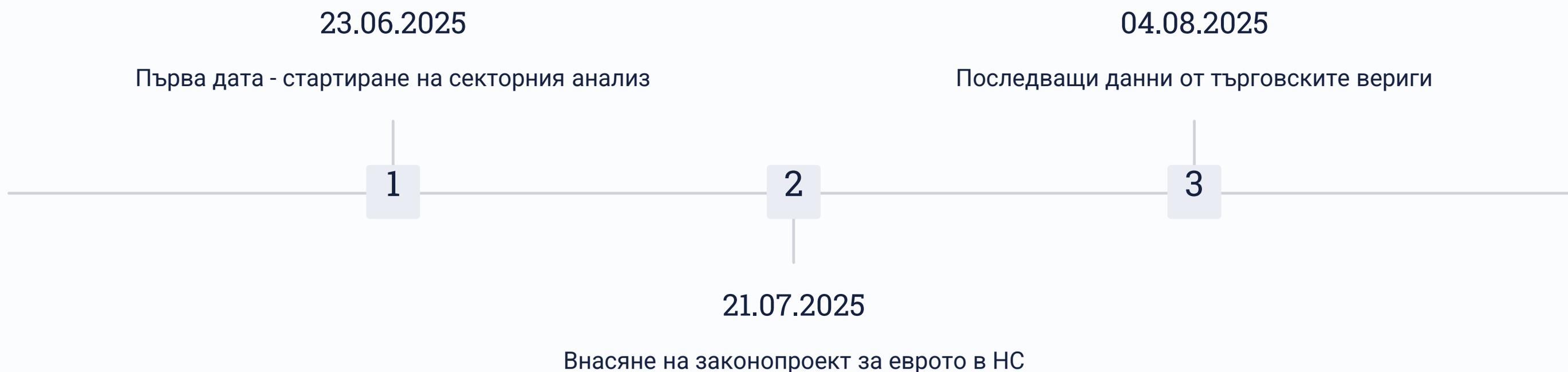
# Ценова политика: Обхват на анализа

## Основни продуктови категории

Анализът обхваща реализацията на дребно на основни продукти от първа необходимост с масова консумация:

- Краве прясно мляко
- Краве сирене
- Кашкавал от краве мляко
- Кайма смес 60/40
- Яйца от кокошки
- Пшеничено брашно
- Пшеничен хляб
- Слънчогледово олио
- Минерална вода

# Методология на ценовия анализ



Анализирани са крайните продажни цени на дребно (без ДДС) и надценките, формирани като процент между продажна и доставна цена, включително след прилагане на отстъпки/бонуси.



# Модел на ценообразуване

По-голямата част от търговските вериги прилагат единна ценова политика за обектите си на територията на страната - цените на анализираните продукти са еднакви без значение от населеното място.

Установи се модел на ценообразуване с договаряне на отстъпки/бонуси към доставните цени от производителите. Реалната доставна цена е значително по-ниска от договорената, като отстъпката е за сметка на производителя.

# Прясно мляко: Ценови анализ

При прясно мляко, 3%, 1 л не се наблюдава паралелно повишение на цените при разглежданите вериги. Продуктът се продава на различни ценови равнища с малки разлики.



**Надценка без отстъпки**

Между продажна и доставна цена

**Надценка с отстъпки**

След прилагане на допълнителна отстъпка

При някои вериги надценката се покачва значително след прилагане на отстъпки - например от 5% до 34%.

# Краве сирене: Ценови анализ

Краве сирене 700 гр се продава в девет от анкетираните вериги. Цените на дребно се запазват относително стабилни за разглежданите дати.

## Надценки

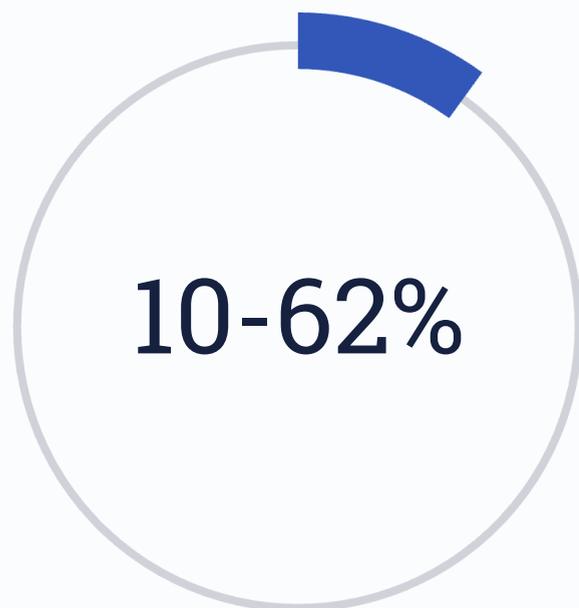
Варират в границите между 21% и 66%, като прилагането на отстъпки води до значително увеличение при някои търговци до 82%.

При някои търговски вериги се наблюдава почти двойно увеличение, например от 43% до 82% след отстъпка.



# Кашкавал: Ценови анализ

Продуктът се предлага във всички анализирани вериги. Цените се запазват относително стабилни без паралелно повишение.



**Надценка без отстъпки**

Широк диапазон на надценките



**Надценка с отстъпки**

Значително увеличение след отстъпки

Надценката след прилагане на отстъпки значително нараства, например от 49% до 84% към 23.06., а към следващите дати от 62% достига до 91%. При друг търговец от 24-25% до 69-71%.



## Кайма смес: Ценови анализ

Кайма смес 60/40 се предлага в седем вериги. Установиха се значителни разлики в ценовите нива на дребно, които варират в широки граници.

При част от веригите се наблюдава повишение на цената. Надценките варират от 7% до 68%, като след отстъпки достигат до 73%. За идентични продукти, доставени от различни производители на различни цени, формираните надценки са в широки граници при еднакви крайни цени.

# Яйца: Ценови анализ

Яйца L, 10 броя подово отглеждане се предлага само в три вериги. През разглежданите дати не се наблюдава координирано повишение.

## Надценки

Варират от 20% до 89%

## Без отстъпки

Не са прилагани отстъпки към доставната цена

## Стабилност

При две вериги цената се запазва една и съща

При един търговец се наблюдават най-високите надценки - 67% за първите две дати и 89% към 04.08.2025 г. поради намаление в доставната цена при запазване на цената на дребно.

# Пшенично брашно: Ценови анализ

Пшенично брашно тип 500, 1 кг се доставя основно директно от производителя. При деветте вериги нивата на продажната цена се запазват постоянни без тенденция към покачване.

## Надценки без отстъпки

Варират между 3% и 53%

## Надценки с отстъпки

От 20% до 57%



## Бял пшеничен хляб: Ценови анализ

Бял пшеничен хляб 830 гр се предлага в осем вериги. За разглежданите дати цените в шест вериги се запазват стабилни.

Формираната надценка варира от 7% до 61%. Само при три търговци е отчетена отстъпка от доставната цена. При един търговец доставната цена не е променяна, но цената на дребно е повишена, което увеличава надценката от 11% до 61%.

# Слънчогледово олио: Ценови анализ

Слънчогледово олио 1 л се търгува в седем вериги. Средната цена се запазва сравнително стабилна.

 13-64%

**Надценка без отстъпки**

Диапазон на надценките

 3-5%

**Увеличение**

След прилагане на отстъпки

Най-високи надценки са отчетени при един търговец - 62-64%. При по-голямата част от веригите надценките варират между 21% и 40%. Отстъпките са минимални и увеличават надценките с 3-5%.

# Минерална вода: Ценови анализ

Минерална вода 1.5 л се предлага в седем вериги.

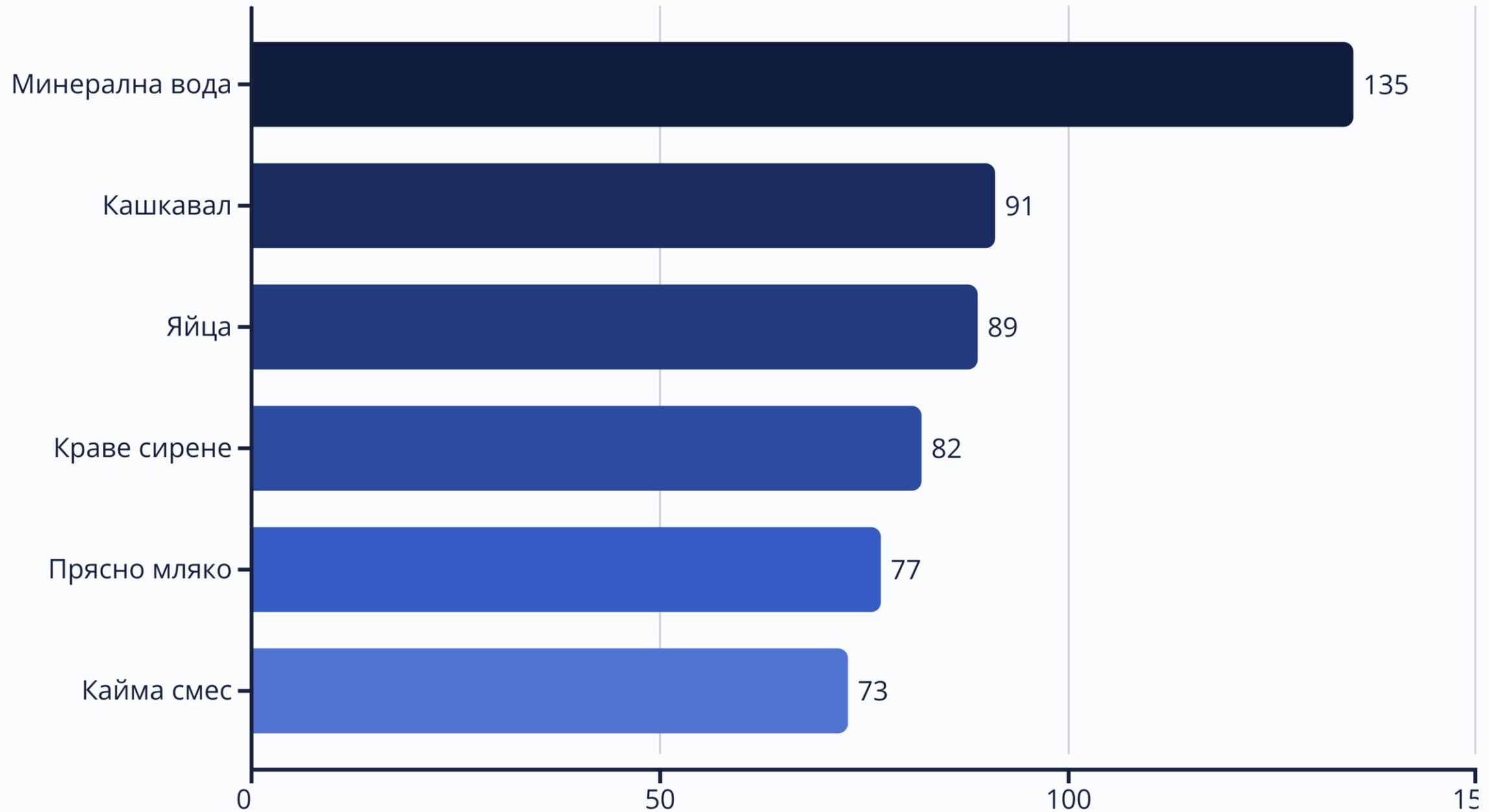
Цените се запазват относително стабилни без координирано повишение.

Формираните надценки варират между 13% и 72%, като след прилагане на отстъпки надценките достигат до 120-135%.



# Обобщение на надценките по продукти

Най-високи надценки след прилагане на отстъпки:





## Изводи от ценовия анализ

Не се наблюдава паралелно повишение на цените при разглежданите вериги. Отчетените изменения основно се дължат на различни промоционални активности.

Доставните цени при отделните вериги са различни, което води до съществена разлика във формираните надценки.

Производителите предлагат допълнителни отстъпки, което значително увеличава надценките при определени участници.

# Заключение на междинния анализ

Извършеният междинен анализ разкрива сложната картина на взаимовръзките и взаимозависимостите по веригата на доставки на бързооборотни селскостопански и хранителни продукти.



# Предварителни заключения: Сектор Производство

Селскостопанският сектор се сблъсква с редица предизвикателства, водещи до структурни изкривявания и продоволствена несигурност.

## Слаба позиция

Относително слаба позиция на производителите във веригата на доставки

## Разпокъсаност

Териториална разпокъсаност и затруднения за реализация

## Недостатъчни обеми

Недостатъчност на произвежданите обеми за самостоятелна реализация

## Неефективно сътрудничество

Между производители, посредници и търговци на дребно

# Млечен сектор

## Най-сериозни структурни проблеми

Вертикално свързаният пазар на производство и доставки на мляко и млечни продукти се откроява като сектор с най-сериозни структурни проблеми.



### Намаление на производството

25% спад на производството на сурово краве мляко за 5 години



### Редуциране на животни

Продължаваща тенденция на намаляване на млекодайни крави



### Ниски изкупни цени

10.1% под средното ниво за ЕС през юли 2025

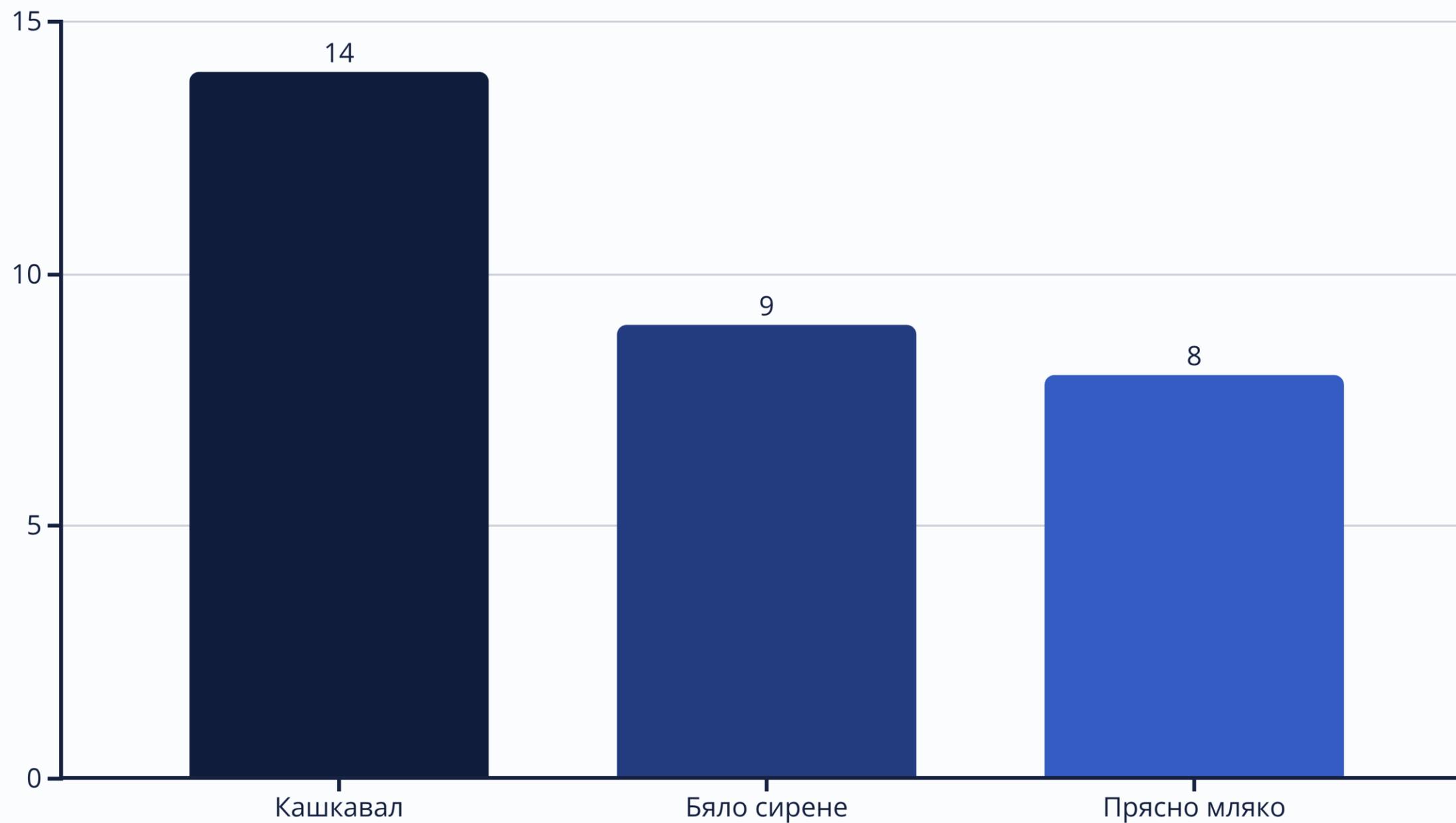


### Повишен внос

43% увеличение на вноса за петгодишен период

# Млечни продукти

Намаление при производството на млечни продукти за крайна консумация в национален мащаб:



# Проблеми изнесени от производителите

## Неправилно разпределение

Неравномерно разпределение на добавената стойност по веригата на доставка

## Продажба под себестойност

Производители принудени да предлагат стоката под себестойност

## Високи надценки

Икономически неоправдано високи надценки от търговските вериги

## Различно третиране

По-добри условия за големи производители и собствени марки

# Допълнителни проблеми в млечния сектор

## Намаляващ брой участници

Намаляване на фермери и преработватели, нарастващ дял на вносна суровина

## Високи производствени разходи

Значително увеличение на разходите за енергия, горива и недостиг на работна ръка

## Недостатъчна подкрепа за износ

Липса на целенасочена държавна политика за подпомагане при износ

## Липса на стандарти за качество

Няма утвърдени национални стандарти, ограничен контрол на качеството

# Заключение за млечния сектор

Изброените фактори в съвкупност поставят под сериозен риск устойчивото развитие на млечния сектор в България и ограничават неговия потенциал за конкурентоспособност.

Необходимо е задълбочено проучване на пазарите по веригата на доставки - от суровината до крайните продукти, както и тяхното ценообразуване.

КЗК следва да извърши последващ контрол на осъществената концентрация между двамата основни участници.





# Необходимите мерки - млечен сектор

По отношение на млечния сектор е необходима комплексност на мерките за подобряване на конкурентоспособността с пряка релация върху двата пазара - производството на суровината и производството на производни продукти.

01

## Задълбочен анализ

Извършване на задълбочен анализ на пазарите на производство и търговия с мляко и млечни продукти

02

## Общоприложими мерки

Прилагане на общоприложими мерки за насърчаване на местното млечно производство

03

## Оценка на конкурентоспособността

Оценка на способността им да ограничат потенциала за конкурентоспособност

# Заключения състояние на месния сектор

## Положителни тенденции

Устойчиви положителни трендове за увеличение на промишленото производство на месо в трите изследвани видове

## Ниска еластичност

Двата пазара - производство на месо и месопреработка, не се характеризират с висока еластичност помежду си

Произведеното българско месо е предимно за прясна консумация, докато при месопреработката 55-60% от суровината е внесена.

Вносът е необходим за поддържане на производствения капацитет на месопреработвателните предприятия

# Необходими мерки - месен сектор

## Общоприложими мерки

Прилагане на общоприложими мерки за насърчаване на местното производство на първичната суровина, което ще се отрази положително върху експортното салдо и състоянието на месопреработката

## Специфични мерки

Изследване на подходящи конкретни мерки за стимулиране развитието на бизнес-модела на месопроизводството с цел задоволяване на потребностите на месопреработването

# Заклучения състояние на сектор олио

Производството в страната на суровината е в състояние да задоволи потребителското търсене на преработения продукт – олио

Недостиг на суровина за задоволяване на потребностите на преработвателната промишленост за уплътняване на капацитета

Преработвателна промишленост е експортно ориентирана

Нарастващи потребности от набавяне на суровина за преработвателната промишленост от внос

# Необходими мерки - сектор олио

1

## Насърчаване на производството

Прилагане на общоприложими мерки за насърчаване на местното производство на първичната суровина

2

## Стимулиране на преработката

Насърчаване влагането на субсидирана местна селскостопанска суровина във вътрешната преработвателна промишленост

3

## Трансгранична търговия

Стимулиране на трансграничната търговия в посока на насърчаване на импортното национално салдо за преработване на суровина и износ на преработен продукт

# Предварителни заключения: Търговия на дребно

Големите търговски вериги оказват конкурентен натиск върху по-малки търговци, както на национално, така и на локално ниво.





# Следващи стъпки

Комисията ще продължи задълбоченото проучване на пазарите с фокус върху:

## Локални пазари

- Проучване на слабо развити региони
- Влияние на големите вериги
- Състояние на традиционната търговия
- Договорни отношения
- Ефекти върху конкурентната среда

# Предварителни заключения: Ценова политика

Извършеният икономически анализ показва високи надценки при всички анализирани продукти:

**120-135%**

Минерална вода

Най-високи надценки след отстъпки

**до 91%**

Млечни продукти

Значителни надценки при мляко, сирене,  
кашкавал

**до 89%**

Яйца

Високи надценки без прилагани отстъпки



# Необходимост от задълбочен анализ

За да се прецени доколко наблюдаваните диспропорции при определянето на надценките са породени от антиконкурентно поведение или нелоялни практики, е необходимо подробно да се изследват всички релевантни фактори.

В рамките на продължаващия секторен анализ Комисията ще проучи в детайли:

- Търговските условия в договорните отношения
- Структурата на прилаганите отстъпки
- Начина на определяне на отстъпките

# Препоръки: Национална политика

## Обезпечаване на продоволствената сигурност

Целта е повишаване на конкурентоспособността на производителите и преработвателите и задоволяване на необходимото потребление от местно производство.



### Ефективно подпомагане

Финансово подпомагане базирано на реално произведено, преработено и реализирано количество с доказани качествени параметри



### Интервенции за нарастване на производството

Увеличаване на интервенциите за подкрепа на производството в рамките на новия програмен период от 2028 г.



### Достоверност на данните за сектора

Осигуряване достоверност на информацията за състоянието на сектор „Селско стопанство“ и преработвателна промишленост

# Препоръки: Национална политика

Обезпечаване на продоволствената сигурност



## Подкрепа при износ

Популяризиране и рекламиране на земеделски продукти, участие в международни изложения



## Квалификация на кадри

Стимулиране и създаване на образователни програми в сектора

# Препоръки: Контрол на качеството

Засилване на контрола на качеството на хранителните продукти по веригата на доставки от суровината до крайния продукт.

## Необходими мерки

- Промени в Закона за храните
- Разширяване на официалния контрол от БАБХ
- Съчетаване на контрол за безопасност и качество
- Верифициране на етикетирането



# Препоръки: Насърчаване и стимулиране на формите на коопериране

Създаване и насърчаване на форми на коопериране и обединяване с цел повишаване на конкурентоспособността на земеделците и производителите.

## Държавно стимулиране и финансови механизми

Законодателни промени, насърчаващи кооперирането

Данъчни облекчения при коопериране

Разработване на конкретни програми за финансиране на кооперативни обединения, обезпечени чрез целеви кредитни линии и гаранционни схеми

### Кооперации

Традиционна форма на обединение

### Организации на производители

Доброволно създадени икономически субекти

### Дългосрочни договори

Партньорство по веригата на доставки

# Препоръки: Къси вериги на доставки

Развиване и популяризиране на къси вериги на доставки за подобряване достъпа на дребните земеделски стопани до пазара.

## Предимства

- Директно предлагане без посредници
- Улеснена реализация на продукцията
- Развитие на регионални продукти
- Подкрепа на малки производители

## Необходими действия

- Участие на местната власт
- Изграждане на инфраструктура
- Пазарни тържища
- Местни логистични центрове

# Подкрепа за къси вериги



Развиването и популяризиране на къси вериги на доставки е залегнало в Стратегическия план на България по обща селскостопанска политика за периода 2023-2027 г.

Планът подкрепя засиленото сътрудничество между земеделските стопани и преработвателния сектор и цели да подобри достъпа на дребните земеделски стопани до пазара.

По този начин ще се даде възможност на фермерите да доставят продукцията си на регионално ниво, което би помогнало за развитието на предлагането на регионални продукти.

# Препоръки: Магазини за достъпни и качествени местни продукти

Насърчаване създаването на магазини, които предлагат достъпни и качествени местни продукти чрез къса верига на доставките от регионални производители, минимизиране на надценките, прозрачно ценообразуване и прилагане на добри търговски практики.

КЗК предлага навлизане в по-слабо развитите региони като Видин, Шумен, Търговище, Разград, Ловеч, Габрово, Смолян и Кърджали.

Присъствието на нов участник с къса верига на доставките и прозрачна ценова политика би довело до по-ефективна ценова конкуренция.



# Обществено обсъждане

Комисията за защита на конкуренцията представя предварителните си заключения на база извършения икономически анализ и предварително събрани данни и становища от участниците на пазара.

## Предложени мерки

Предложения за мерки за преодоляване на проблемите

## Открити проблеми

Специално внимание на откритите проблеми на пазара

## Обществено обсъждане

Подлагане на заключенията и на проекта на мерките на обществено обсъждане





# Обществен диалог

На база извършения анализ на откритите проблеми и формулираните предложения, Комисията счита че същите следва да бъдат основа за провеждане на обществен диалог за формулиране на предложения от различните компетентни институции за постигане на възможности за по-съвършена конкуренция.

Цел: обсъждане с всички заинтересовани страни от частния и публичния сектор и съвместно формулиране на необходимите административни и/или законодателни мерки за възстановяване, там където е необходимо и подобряване на конкурентната среда.

# Обобщение на препоръките

01

## Национална политика

Ефективно подпомагане и интервенции при производството, достоверност на данните, подкрепа при износ, квалификация на кадри

02

## Контрол на качеството

Засилване на контрола по веригата на доставки

03

## Коопериране

Насърчаване на различни форми на сдружаване

04

## Къси вериги

Развиване на къси вериги на доставки

05

## Магазини за достъпни и качествени местни продукти

Навлизане в по-слабо развити региони



## Заклучение

Извършеният междинен анализ установи необходимостта от комплексни мерки за подобряване на конкурентната среда на пазара на дребно със селскостопански и бързооборотни хранителни продукти.

Идентифицираните структурни проблеми в производството и търговията изискват координирани действия от всички заинтересовани страни - държавни институции, производители, търговци и асоциации на потребители.

Предложените препоръки целят създаване на устойчива и конкурентна среда, която да осигури продоволствена сигурност, справедливо разпределение на добавената стойност и защита на интересите на потребителите и производителите в условията на стремеж към съвършена конкуренция.