

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

доц. г-р Даниела Иванова, доц. г-р Елка Василева
г-р Стилиян Стефанов, г-р Нина Тупова

БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ

Ръководство за производители

ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС
София, 2012

Ръководството е изготвено от екип изследователи от УНСС – София, по проекта "Пазарни възможности на продуктите от устойчиви земеделски практики (биологично земеделие) в България и Румъния", финансиран от фонд "Научни изследвания" към Министерството на образованието, младежта и науката.

Рецензент: проф. д-р Благой Колев

Всички права са запазени! Не се разрешават копиране, възпроизвеждане и разпространение на книги или на части от тях по какъвто и да е начин без писменото разрешение на Издателски комплекс – УНСС.

Авторите носят пълна отговорност за авторството си и за оригиналността на произведението, както и за грешки, допуснати по тяхна вина.

© доц. д-р Даниела Иванова
доц. д-р Елка Василева
гл.ас. д-р Стилиян Стефанов
гл.ас. д-р Нина Типова

© ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС

Изп. директор: Зоя Симова, тел. 81-95-551

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
София, Студентски град "Христо Ботев"

СЪДЪРЖАНИЕ

Първа част

БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ ПО СВЕТА	7
Какво представляват биологичните продукти?	9
Как се означават биологичните продукти?	11
Къде се произвеждат биологичните продукти?	13
Биологичното земеделие в Европа.....	16
Потреблението на биологични храни	18
Биологичните храни на европейския пазар.....	20
Как се доставят биологичните храни?	22
Маркировката на биологичните продукти	23

Втора част

БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ В БЪЛГАРИЯ.....	25
Хронология	27
Законодателство за биологичното производство в България	29
Сертифициращи и контролни органи	30
Фактите.....	31
Преработени продукти.....	33
Пазар на биологичните продукти в България	34
Подпомагане на биоземеделието в България	35

Трета част

БИОЛОГИЧНИТЕ ХРАНИ И БЪЛГАРСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ	37
Как са получени резултатите?	39
Кой купува биологичните продукти?	41
Какво е разбирането на потребителите за биологичните храни?	42
Търсят ли биологични храни българските потребители?	43
Колко често купуват биологични храни българските потребители?	45
Цената, която биха платили за биологични храни българските потребители.....	46
Кои биологични храни търсят българските потребители?	48
Откъде да купуват биологични продукти (храни) българските потребители?	50
Как да разграничим биологичните от другите храни?	52
Информация за биохраните	55
Обучение на потребителите.....	56
ЛИТЕРАТУРА	57
ПОЛЕЗНИ АДРЕСИ.....	60

Пазарът на биологични продукти се развива навсякъде по света и на всички нива. В Европа, Америка и Азия темпът на развитие години наред продължава да бъде впечатляващ. В много страни със сравнително нов или зараждащ се биологичен сектор се правят значителни усилия за налагане на биологичните продукти на пазара. В тази връзка износът не е единственият фокус на тези дейности – местните, регионалните и националните пазарни възможности са интересни и добре осъзнати алтернативи.

Основна тенденция за повечето страни от Централна и Източна Европа е тяхната биологична продукция да се развива главно за целите на износа. Това води до невъзможност биологичните продукти да се приспособят към местния пазар, а цената им се оказва прекалено висока за потребителите от тези страни. Разрешението се крие в бързото развитие и разширяване на вътрешния пазар на биологични селскостопански продукти и храни.

Това Ръководство е насочено към производителите, преработвателите и търговците на биологични продукти за подпомагане на тяхната дейност. То съдържа актуални данни за развитието на биологичното земеделие по света, в Европа и в България. Целта му е да даде информация за предпочитанията на българските потребители, за информираността им относно същността на биологичните храни и причините за покупка, за местата откъдето биха купували.

Изданието може да бъде използвано от държавните институции, браншовите и неправителствените екологични организации, организациите на потребителите, както и от всички, ангажирани с проблемите на биологичното производство.

Ръководството се основава върху резултатите от извършени проучвания сред българските потребители в рамките на дългогодишни изследвания на екипа преподаватели и изследователи от Университета за национално и световно стопанство – София, в сферата на биологичното земеделие в страната.

Първа част

**БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ
ПО СВЕТА**

КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВАТ БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ?

Биологичното земеделие е система за производство на селскостопански продукти, която обслужва възстановяването и рециклирането на природните ресурси. Това производство опазва околната среда, тъй като при него се забранява употребата на синтетични пестициди, хербициди, изкуствени торове, растежни регулатори и генетично модифицирани организми, както и употребата на антибиотици и хормони. Насочено към животновъдството, биологичното фермерство се основава на естествения начин на отглеждане на животните.

Храните от растителен и животински произход се наричат биологични, когато са произведени от лица, притежаващи сертификата за биологично производство, при спазване на правилата за биологично производство и осъществен контрол^{1,2}.

Производителите на биологични продукти **НЕ ТРЯБВА** да използват:

- синтетични пестициди (хербициди, инсектициди или фунгициди);
- синтетични торове;
- генетично модифицирани организми;
- растежни регулатори, антибиотици и хормони;
- вторични продукти от животновъдството за храна на животните.

¹ Наредба 22 за биологичното производство на растения, растителни продукти и храни от растителен произход и неговото означаване върху тях от 4.07.2001 г. на Министерството на земеделието и горите (обн. ДВ, бр. 68 от 3.08.2001 г.).

² Наредба 35 за биологичното отглеждане на животни и биологично производство на животински продукти и храни от животински произход и неговото означаване върху тях от 4.07.2001 г. на Министерството на земеделието и горите и на Министерството на околната среда и водите (загл. изм. ДВ, бр. 13 от 2006 г.).

Производителите на биологични продукти **ТРЯБВА**:

- да имат система за управление на стопанството в съответствие с правилата за биологично земеделие;
- да използват някои добри практики за контрол върху вредители, болести и плевели, каквито са физическите бариери, култивацията и устойчивите сортове;
- да използват естествени торове, компост или оранжерийно производство за повишаване на добивите;
- да използват превантивни практики и природни лекарства за поддържане здравето на животните.



КАК СЕ ОЗНАЧАВАТ БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ?

Биологичният начин на производство се означава върху продукти от растителен и животински произход чрез използване на думите "биологичен", "екологичен", "органичен" или техните производни "био" и "еко", както и на техните еквиваленти, изписани с латински букви.

Храните от растителен и животински произход, произведени по биологичен начин, могат да се означават и с международни, регионални, национални и частни знаци за биологично производство (фиг. 1).

Европейска маркировка за биологични продукти:



EU organic; Европа

Национални биологични знаци:



Bio-siegel; Германия



Aloa'; Латвия



Luomu; Финландия



Stats-kontrolleret økologisk;
Дания;



USDA organic; САЩ



JAS; Япония

Частни биологични знаци:



Bioland Ökologischer Landbau; Германия



Debio; Норвегия



KRAV; Швеция



Nature & Progres; Франция

Фиг. 1. Маркировка на биологични продукти

КЪДЕ СЕ ПРОИЗВЕЖДАТ БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ?

От края на миналото столетие биоземеделieto отчита голям ръст в почти всички страни в света, като делът на обработваемата земя и стопанствата непрекъснато нараства. Част от причините за това са правното регулиране на биологичното производство, наличието на субсидии за въвеждането на биологично земеделие, създаването на програми за защита на околната среда, повишеното търсене и интересът към биологичните продукти.

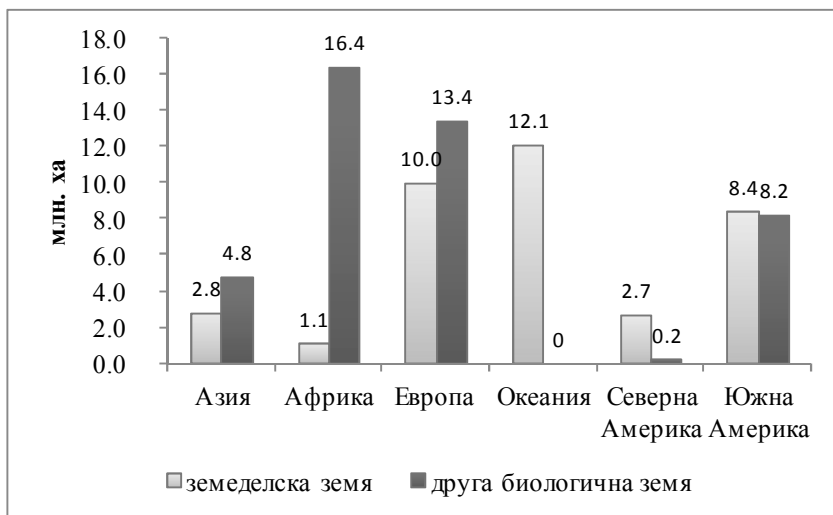
През 2010 г. делът на биологичните земи от общата земеделска площ в света е 0.9 %. По региони този дял е най-висок в Океания (2.9 %), следван от Европа (2.1 %) и Латинска Америка (1.4 %). С най-голям дял са Фолкландските острови (Малвински острови), където са биологично сертифицирани големи ферми за отглеждане на овце, следвани от Лихтенщайн (27.3 %) и Австрия (19.7 %)¹.

Общо в света за 2010 г. по методите на биологичното производство се обработват около 37.00 млн. ха земеделска земя, като разпределението по континенти е дадено на фиг. 2. Австралия (12.00 млн. ха) заема първо място, следвана от Аржентина (4.18 млн. ха), САЩ (1.95 млн. ха) и Бразилия (1.77 млн. ха)².

В сравнение с 2008 г. през 2010 г. биологичните площи в световен мащаб са се увеличили с 2 млн. ха, или с 6 % (фиг. 3). Увеличението е най-силно изразено в Европа, където площите нарастват с почти 1 млн. ха. Страните с най-голям ръст са Франция, Полша и Испания. В Азия обаче биологичните земи намаляват, като тази тенденция е най-силно изразена в страни като Индия и Китай.

¹ Willer, Helga and Kilcher, Lukas (Eds.). 2012. "The World of Organic Agriculture – Statistics and Emerging Trends 2012." Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Bonn.

² International Federation of Organic Agriculture Movements IFOAM. 2012. "Organic Agriculture Worldwide 2012." The Directory of IFOAM. IFOAM, Bonn, Germany.



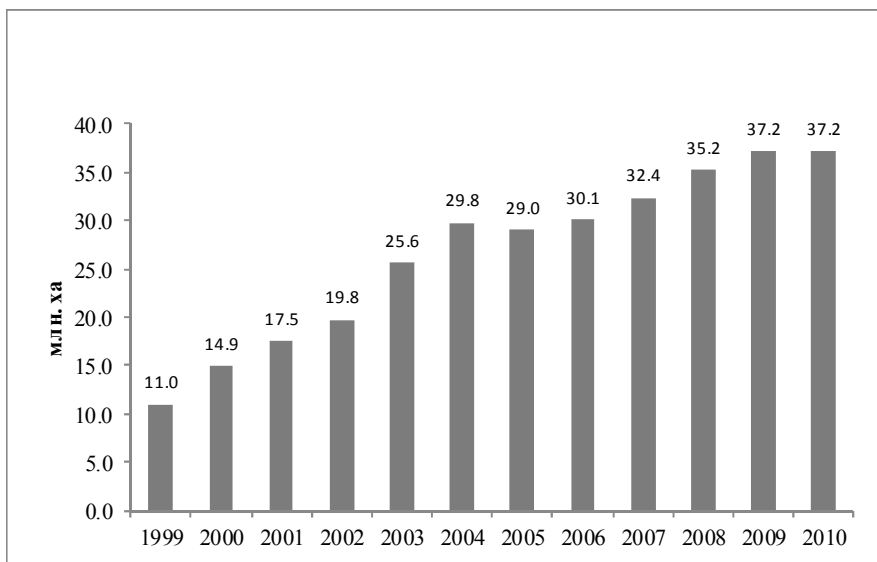
Източник: Willer, Helga and Kilcher, Lukas (Eds.). 2012. "The World of Organic Agriculture – Statistics and Emerging Trends 2012." (FiBL), Frick, and (IFOAM), Bonn.

Фиг. 2. Биологично обработвани площи през 2010 г.

Наред със земеделските земи, съществуват и други биологично сертифицирани площи, повечето от които са области за събиране на диворастящи растения. През 2010 г. те представляват 42.90 млн. ха и са се увеличили с 12.00 млн. ха спрямо 2008 г. Така в световен мащаб общо 80 млн. ха (земеделски и неземеделски земи) са биологични.

През същата година в света са регистрирани 1.6 млн. биологични производители, като 34 % от тях са в Африка, следвана от Азия (29 %) и Европа (18 %). Страните с най-голям брой биологични стопанства са Индия, Уганда и Мексико.

Биологичното производство е най-бързо развиващия се хранителен сектор. През последното десетилетие производството отчита ръст от 30 % на година.



Източник: Willer, Helga and Kilcher, Lukas (Eds.). 2012. "The World of Organic Agriculture – Statistics and Emerging Trends 2012." (FiBL), Frick, and (IFOAM), Bonn.

Фиг. 3. Сертифицирани площи в света, заети с биологично земеделие за периода 1999 – 2010 г.

БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ В ЕВРОПА

Към края на 2010 г. в страните от Европейския съюз (ЕС) правилата на биологичното земеделие се прилагат на площ от 10 млн. ха, която съставлява 27 % от общата площ, обработвана по биологичен метод в света (табл. 1). В сравнение с 2009 г. биологичната земя се е увеличила с близо 0.80 млн. ха.

Това е най-динамичният селскостопански сектор в ЕС, като дялът на биологично управляваната земя е 5.1 % от общата обработваема площ. С най-много биологично управлявани площи са Испания (1.50 млн. ха), Италия (1.10 млн. ха) и Германия (0.99 млн. ха). Седем държави имат повече от 10 % дял на биологичните земи, а 18 европейски страни имат между 5 – 10 %¹.

Таблица 1

Ръст на площите/брой на стопанствата в сектора на биологичното земеделие в ЕС-27 (млн. ха/брой стопанства) през периода 2000 – 2010 г.

Година	Биологична площ, млн. ха	Брой стопанства
1	2	3
2000	4.3	135 510
2001	5.0	147 691
2002	5.4	146 540
2003	5.6	141 142
2004	5.7	142 435
2005	6.2	163 802

¹ Organic Europe. 2012. "Organic agriculture in Europe 2012." Accessed June 4 2012. www.organic-europe.net

Продължение

1	2	3
2006	6.6	179 435
2007	7.0	185 795
2008	7.5	196 568
2009	8.3	208 663
2010	9.0	214 290

Източник: Organic Europe. 2012. "Organic agriculture in Europe 2012."
www.organic-europe.net

През 2010 г. стопанствата, занимаващи се с биологично земеделие, са около 214 290, или 1.6 % от всички стопанства в ЕС, като броят им в последните години непрекъснато нараства. На ниво държави членки това съотношение варира от 16.5 % за Австрия до 0.1 % за страни като България и Румъния.

ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА БИОЛОГИЧНИ ХРАНИ

През последните години едновременно с производството нараства и пазарът на биологични продукти. Според данните на FiBL – IFOAM¹ (Research Institute of Organic Agriculture – FiBL; International Federation of Organic Agriculture Movements – IFOAM) продажбите на биологични храни в света за 2010 г. се оценяват на 44.5 млрд. евро. Глобалните приходи са се увеличили над три пъти – от 13 млрд. евро за 2000 г., като се наблюдават двуцифрени темпове на растеж всяка година, с изключение на 2009 г. Страните с най-големи пазари са САЩ, Германия и Франция, а с най-висока консумация на глава от населението са Дания, Швейцария и Австрия.

Въпреки отбелязаната световна тенденция към разширяване на биологичното земеделие продажбите на продуктите от този тип са концентрирани в пазарите на високо развитите страни.

Европа

През 2010 г. пазарът на биологични продукти в ЕС се оценява на 19.6 млн. евро, като Германия има най-големия биологичен пазар с дял около 30 % от общия пазарен обем (6.0 млн. евро). Националните биологични пазари с повече от 1 млн. евро са на Италия (1.5 млн. евро), Обединеното Кралство (2 млн. евро) и Франция (3.4 млн. евро). Страните с най-висок национален дял на биологични продукти от общия пазар на храни са Дания (около 3.5 %), Австрия и Германия (над 2 %)².

Разликата в развитието на националните пазари се дължи на различната степен на развитие на биоземеделието в отделните страни. В

¹ Willer, Helga and Kilcher, Lukas (Eds.). 2012. "The World of Organic Agriculture – Statistics and Emerging Trends 2012." (FiBL), Frick, and (IFOAM), Bonn.

² Organic Europe. 2012. "Organic agriculture in Europe 2012." Accessed June 4 2012. www.organic-europe.net

страни като Португалия и Гърция биологичният пазар е в начален стадий на развитие. В Германия, Франция и Италия през последните години се наблюдава силен растеж на продажбите на биологични продукти¹. Сравнително развитият биологичен пазар на Австрия, Швейцария, Дания и Швеция се характеризира със стабилност, като високите нива се поддържат от активни правителствени действия и веригите лидери за търговия на дребно.

Различното развитие води до ясно разграничаване на пазара от гледна точка на потреблението на биологични продукти на глава от населението в Европа. По данни на FiBL за 2010 г. Швейцария е пазарният лидер в света по разходи за биологични храни, възлизаци на 153 евро на глава от населението. Това е съизмеримо с разходите в Дания (над 142 евро), но значително повече от Австрия (118 евро), Швеция (86 евро) и Германия (74 евро). Тези зависимости остават дори и след като се отчете фактът, че Швейцария е страната, достигнала най-високи цени на биопродукти в Европа². За сравнение в САЩ и Канада консумацията на глава от населението е съответно 58 евро и 38 евро.

В някои Централно- и Източноевропейски страни биологичният пазар се е увеличил между 15 – 30 %. Обемът на продажбите в Чешката Република се е увеличил с 20 % през 2011 г. до около 130 млн. евро, а обемът на биологичния пазар в Полша е нараснал с близо 25 %. Причината за това са ниските начални нива на продажби в тези страни.

¹ Soil Association. 2012. "Organic Market Report 2012." Accessed June 4 2012. www.soilassociation.org/marketreport

² Organic Europe. 2012. "Organic agriculture in Europe 2012." Accessed June 4 2012. www.organic-europe.net

БИОЛОГИЧНИТЕ ХРАНИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАЗАР

Потреблението на биологични продукти в страните от ЕС и от Европейската асоциация за свободна търговия (European Free Trade Association – EFTA) е твърде различно – там, където производството на тези продукти се увеличава, нараства и тяхната консумация.

В консумацията на биологични зеленчуци лидери са Германия и Великобритания, следвани от Франция и Холандия. Германия, Франция и Италия са страните с най-голяма консумация на биоплодове и вино, произведено от биологично грозде. Най-много биологични картофи консумират в Германия, Франция и Великобритания.

При потреблението на биологични животински продукти консумацията на мляко и млечни продукти доминира над всички останали стокови групи. Германия, Австрия, Дания, Франция, Великобритания, Швеция и Швейцария са консумирали общо над 400 000 тона мляко през 2007 г. Повече от половината продадено мляко в ЕС е консумирано от Австрия, Германия и Франция. Европейският пазар на биологично месо е ограничен. Германия е най-големият потребител на биологично месо, а заедно с Франция са най-големите консуматори на птиче месо. Най-много биологично произведени яйца консумират в Италия и Франция. Напитките заемат 14 % от френския биологичен пазар¹.

Цената на биологичните продукти

Установено е, че цената на биологичните продукти е в различна степен по-висока от тази на конвенционалните им аналози – от 31 % за червено трапезно вино до 113 % за биологично пилешко месо². Значителна ценова разлика има и между отделните съседни страни.

¹ European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development. 2010. "An analysis of the EU organic sector." Accessed June 4 2012. <http://ec.europa.eu/agriculture/organic>

² Ham, U., F. Gronefeld and D. Naplin. 2002. "Analyses of the European Market of Organic Food". School of management and business, Wales.

В страните с ниски цени на конвенционалните продукти се забелязват и по-ниски цени на биологичните им аналози. Дистрибуционните канали също оказват влияние върху цената. В страни, където основните продажби на биологични продукти се реализират в магазините за хранителни стоки, цената на дребно на тези продукти обикновено е по-ниска, отколкото в страните, където биологичните продукти се продават в специализирани магазини.



КАК СЕ ДОСТАВЯТ БИОЛОГИЧНИТЕ ХРАНИ?

В отделните страни се използват различни маркетингови канали за продажба на биологични продукти¹. От една страна, в Белгия, Германия, Гърция, Франция, Люксембург, Ирландия, Италия, Холандия и Испания доминират директния маркетинг и продажбите в специализирани магазини. От друга страна, в Дания, Финландия, Швеция, Обединеното кралство, Унгария, Чешката Република и Ирландия повечето от продажбите се реализират в супермаркети или неспециализирани магазини. В Швеция и Дания продажбите на биологични храни в супермаркетите са повече от тези на конвенционалните храни. Страните, където повечето биопродукти се търгуват в супермаркетите, са също и страните, в които биологичният пазар е най-голям. В много страни, вкл. и в Швейцария, повече от 70 % от биологичната продукция се продава чрез многобройните вериги за търговия на дребно. Въпреки утвърждаването на веригите за търговия на дребно, магазините за натурални продукти не са изгубили своето значение за продажба на биологични продукти. В повечето от европейските страни веригите от специализирани магазини се възползват от това и продажбите нарастват.

В много страни се извършва доставка на биологични храни местно производство директно от фермата. Според сезона потребителите получават т.нар. "биологична кошница" от пресни продукти.

¹ European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development. 2010. "An analysis of the EU organic sector." Accessed June 4 2012. <http://ec.europa.eu/agriculture/organic>

МАРКИРОВКАТА НА БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ

В повечето от страните с развит биологичен пазар са широко разпространени национални знаци, които потребителите разпознават твърде добре. Това потвърждава, че въвеждането на единен национален знак за биологични продукти е важен фактор за продажбите на тези храни¹.

Европейското законодателство наложи след 1 юли 2010 г. производителите на пакетирани биологични храни да използват "ново" биологично лого на ЕС² (фиг. 4). Новият знак е въведен с Регламент на Комисията 271/2010 от 24 март 2010 г. и за разлика от предишната маркировка, тази е задължителна за биопродуктите. Използването на логото за обозначаване на биологични храни от трети страни за Общността е доброволно.



Фиг. 4. Старият и новият европейски знак за биологично земеделие

¹ Ham, U., F. Gronefeld and D. Naplin. 2002. "Analyses of the European Market of Organic Food". School of management and business, Wales.

² Главна дирекция "Земеделие и развитие на селските райони" на Европейската комисия. 2012. "Лого и означаване." Accessed June 4 2012. http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/logo-labelling_bg

Купувайки продукти със знака на ЕС, потребителите могат да бъдат сигурни, че:

- поне 95 % от съставките на продукта, имащи земеделски произход, са произведени по метода на биологичното производство;
- продуктът съответства на изискванията от общоприетата схема за контрол;
- продуктът идва директно от производителя или преработвателя, предварително опакован;
- продуктът носи името на производителя, преработвателя или доставчика и името или регистрационния код на контролния орган.

Втора част

**БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ
В БЪЛГАРИЯ**

ХРОНОЛОГИЯ

Основа за развитието на екологосъобразните земеделски практики в нашата страна се поставя през 1965 г., когато към Института за защита на растенията се създава първата секция за проучване на биоразнообразието на агроекосистемите. През 1975 г. тази дейност се разширява и се приема петгодишна програма, в резултат на което се изграждат първите биолоборатории за производство на насекоми за биологична защита на растенията. Няколко години по-късно се поставя началото на програма, насочена към производство на детски храни с използване на методите на биологична защита в два района – северен (с. Априлци, Ловешка област) – за мляко и млечни продукти, и южен (гр. Асеновград, Пловдивска област) – за растителни продукти. Високата цена на биопрепаратите налага въвеждането на субсидии. В този период секцията към Института за защита на растенията прераства в самостоятелно звено, което разработва цялостни технологии за отглеждане на редица култури. Изготвени са методични указания и е обучен екип от 24 консултанти. Дейността се развива до 1998 г., когато се прекратява субсидирането ѝ от страна на държавата.

*Първата биологична ферма
в България с площ 8 ха
е създадена
в Аграрния университет -
Пловдив през 1993 г.*

Важна роля за развитието на биологичното производство в България има Аграрният университет в гр. Пловдив и най-вече Агроекологичният му център, създаден през 1987 година. През периода 1996 – 1999 г. Агроекологичният център, съвместно с асоциацията за екологично земеделие "Екофарм", работят по проект на Програма ФАР за създаване на две демонстрационни биологични ферми и учебно-научни бази към тях. Едната е в Агроекологичния център на Аграрния университет в Пловдив, а другата – в с. Руния, община Дряново.

През 1996 г. се създава също и фондация за биологично земеделие "Биоселена". От началото на 2000 г. тя е член на IFOAM. Целта на създаването ѝ е развитие на биологичното земеделие в района на Централна Стара планина чрез мрежи от биологични ферми. Основ-

ната ѝ дейност е свързана с обучение и оказване на помощ на земеделците, произвеждащи продукция по методите на биологичното земеделие. Фондацията е финансирана по линия на Споразумението за техническа помощ между България и Швейцария.

Сдружение "Агролинк" се учредява през 1999 г. от екип от агрономи, ботаници, лекари, учени и експерти. Дейността на сдружението е насочена към предоставяне на консултантски услуги в областта на производството, бизнес планове за биологично земеделие за производители, разработването на общински планове и стратегии за устойчиво развитие на селските райони, както и за разпространяването на информация чрез издаване на брошури, книги, списание, интернет – страница.

В страната работят следните организации на производители и търговци:

- *Кооперация "БИО БЪЛГАРИЯ ОЙЛ"* – създадена през февруари 2004 г. Членовете на кооперацията са биологични фермери с богат дългогодишен опит, като общо сертифицираната земя е около 600 дка. Фермерите, отговорни за своята продукция, са обединили усилия в продажбата на продукцията си чрез кооперацията.
- *Сдружение на органичните земеделски производители АГРО-ЛИНК* – създадено през септември 2004 г. Мисията му е да защитава интересите на производителите, занимаващи се с биологично земеделие, да координира националната мрежа от производители, преработватели и търговци на биологични продукти, научни институции и неправителствени организации, работещи в областта на устойчивото земеделие.
- *Българска асоциация биопродукти (БАБ)* – създадена в края на 2009 г. Браншова организация, обединяваща земеделски производители, които отглеждат продукцията по метода на биологичното земеделие. В асоциацията до момента членуват над 80 биологично сертифицирани фермери, институти и фирми.
- *Асоциация на биотърговците в България (АБТ)* – основана през 2010 г. като браншова организация. Обединява търговски дружества, които работят за развитието на пазара на биологични продукти в България. Целта на асоциацията е да подпомага, защитава и насърчава растежа на пазара на биопродукти в България в полза на околната среда, фермерите и обществото.

ЗАКОНОДАТЕЛСТВО ЗА БИОЛОГИЧНОТО ПРОИЗВОДСТВО В БЪЛГАРИЯ

Принципите на европейското законодателство за начините на производство и преработка, маркировката и контрола на биологичното земеделие са въведени чрез следните нормативни документи:

- **Закон за храните** (обн. ДВ. бр. 90 от 10.10.1997 г. и изм.);
- **Закон за животновъдството** (обн. ДВ. бр. 65 от 8.08.2000 г. и изм.);
- **Закон за защита на растенията** (обн. ДВ. бр. 91 от 10.10.1997 г. и изм.);
- **Наредба 22** за биологичното производство на растения, растителни продукти и храни от растителен произход и неговото означаване върху тях от 4.07.2001 г. на Министерството на земеделието и горите (обн. ДВ. бр. 68 от 3.08.2001 г.);
- **Наредба 35** за биологичното отглеждане на животни и биологично производство на животински продукти и храни от животински произход и неговото означаване върху тях от 4.07.2001 г. на Министерството на земеделието и горите и Министерството на околната среда и водите (загл. изм. ДВ. бр. 13 от 2006 г.)

СЕРТИФИЦИРАЩИ И КОНТРОЛНИ ОРГАНИ

Спазването на правилата за биологичното производство на храни от растителен и животински произход се следи от контролни органи за биологичното производство, получили разрешение от министъра на земеделието и храните.

Сертификацията на биологично производство е акт, чрез който трета независима страна декларира, че даден производствен процес е в съответствие с Регламент 271/2010 на Европейската комисията от 24 март 2010 г.

Броят на сертифициращите организации в България нараства значително през последните години. По данни на Министерство на земеделието и храните (МЗХ) за 2012 г. на територията на страната работят следните организации¹:

- "БАЛКАН БИОСЕРТ" ООД;
- "КЮ СЕРТИФИКЕЙШЪН" АД (Q Certification Ltd.);
- "СЕРЕС – Сертификация на екологични стандарти" ООД (CERES – CERTification of Environmental Standards" Ltd.);
- "ЛАКОН" ООД (LACON GmbH);
- "БИ СИ ЕС ОЕКО – ГАРАНТИ" ООД (BCS Öko-Garantie GmbH);
- ДРУЖЕСТВО "КОНТРОЛ ЮНИОН СЕРТИФИКЕЙШЪНС" (Control Union Certifications" B.V.);
- "А СЕРТ- Европейска организация по сертифициране" АД (A CERT European organization for certification" S.A.);
- "ЕКОГРУПО ИТАЛИЯ – КЛОН БЪЛГАРИЯ" (Ecogruppo Italia" S.R.L. – Bulgaria Branch Unit);
- "ИНСТИТУТ ЗА КОНТРОЛ НА БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ" АД (Институт Био Еллас) ("Inspection Institute for Organic products" S.A. – BIO HELLAS);
- "СЖС БЪЛГАРИЯ" ЕООД (SGS Bulgaria).

¹ Информационен регистър на лицата, получили разрешение от министъра на земеделието и храните да осъществяват контрол за съответствие на биологичното производство, Accessed June 4.2012.www.mzh.government.bg/.../Kontrolni_organ_BG_last_3.sflb.ashx

ФАКТИТЕ

По данни на МЗХ в края на 2010 г. по биологичен начин се обработват 25 648 ха, което съставлява 0.47 % от общата използвана земеделска земя в България. Най-голям ръст се наблюдава в периода 2006 – 2007 г., когато тези площи нарастват четири пъти и страната заема първо място в Европа по този показател. Над два пъти повече са площите, сертифицирани за събиране на диворастящи плодове, билки и гъби в сравнение с обработваемата земя (табл. 2).

Биологичното отглеждане на животни е все още слабо развито през 2010 г., като броят на сертифицираните ферми и животни е много малък. В края на същата година пчелните кошери, управлявани биологично, са 46 429 на брой¹.

Таблица 2

Биологично обработваеми площи, животни и пчелни кошери в България в периода 2003 – 2010 г.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Сертифицирани биологични площи (ха)	650	1113	2432	3061	11 809	16 662	12 320	25 648
Площи за събиране на диворастящи билки (ха)				110 143	397 835	397 835	401 426	546 195
Сертифицирани животни (брой)				1514	3101	4565	8939	9952

¹ Organic Europe. 2012. "Country report Bulgaria." Accessed June 4 2012. www.organic-europe.net/bulgaria.html

Продължение

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Сертифицирани пчелни кошери (брой)				708	35 747	44 861	41 089	46 429

Източник: Organic Europe. 2012. "Country report Bulgaria." www.organic-europe.net/bulgaria.html

При биологично отглежданите култури най-висок ръст се наблюдава при култивираните маслодайни растения, като заетите площи са се увеличили и са достигнали 1983 ха през 2010 г. (табл. 3). Земите, отделени за медицински и ароматни растения и ядки, са се увеличи с повече от 50 %, а за зърнени култури и зеленчуци са се удвоили.

Таблица 3

Биологично отглеждани култури в България през 2010 г.

Вид култури	Обща площ, ха
Зърнено-житни култури	5338
Фуражни култури	3785
Медицински и ароматни култури	2013
Маслодайни култури	1983
Ядки	1848
Овощни култури	1465
Лозя	1285
Промишлени култури	722
Зеленчукови култури	321

Източник: Министерството на земеделието и храните, 2011 г.

ПРЕРАБОТЕНИ ПРОДУКТИ

Преработката на биологични земеделски продукти в страната включва:

- Сушене на билки, подправки, семена, кореноплодни, плодове и зеленчуци;
- Преработка на биологични продукти, в т.ч. култивиране на билки, подправки и консервиране на плодове, плодово-зеленчукови и зеленчукови храни с ниско захарно съдържание;
- Преработка и разфасоване на пчелен мед и пчелни продукти;
- Преработка на култивирани и диворастящи билки;
- Производство на масла и козметични продукти чрез преработка на етерично-маслени култури;
- Преработка на мляко и млечни продукти;
- Замразяване и сушене на плодове и зеленчуци;
- Производство на сладка от меки плодове;
- Дестилация на етерични масла – роза, лавандула;

Според данни на МЗХ към 2012 г. общият брой на регистрираните биологични оператори (производители и търговци) в България е 820 и бележи ръст от 75 % спрямо 2009 г.

ПАЗАР НА БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ

През последното десетилетие пазарът на биологични земеделски продукти и храни се развива с високи темпове.

*Българският знак
за биологични продукти*



През ноември 2004 г. сдружението "Биопродукт БГ" открива първия щанд за биологични продукти в Халите на гр. София. Асортиментната структура включва 78 артикула – млечни продукти (прясно мляко, кисело мляко, сметана), билки, подправки, мед, сладка, сушени плодове и гъби. Понастоящем биологични продукти се предлагат в големите вериги супермаркети и в специализирани

магазини за здравословни храни. В страната не се води официална статистика за продажбите¹.

Голяма част от произвежданата в България сертифицирана биологична продукция се изнася за западноевропейските страни (билки, подправки, етерични масла, зеленчуци, мед). В същото време в страната се внасят сертифицирани биологични продукти, които се радват на значителни продажби (детски храни, вкусови стоки и др.).

В Плана за развитие на биологичното земеделие², приет през 2007 г., се залага до 2013 г. продажбите на биологични продукти в България да се увеличат до 3 % от общия пазар на хранителни продукти.

¹ Organic Europe. 2012. "Country report Bulgaria." Accessed June 4 2012. www.organic-europe.net/bulgaria.html

² Министерство на земеделието и горите. 2007. "Национален план за развитие на биологичното земеделие в България 2007 – 2013 г.", София.

ПОДПОМАГАНЕ НА БИОЗЕМЕДЕЛИЕТО В БЪЛГАРИЯ

Съгласно националния План за развитие на биологичното земеделие в периода 2007 – 2013 г. биологичното производство се подпомага от Програмата за развитие на селските райони, по мярка 214 "Агроекологични плащания" с 5-годишно спазване на определени изисквания за биопроизводство. Поемат се и разходите за консултантски услуги при преминаване от конвенционално към биологично производство.

Биопроизводителите могат да кандидатстват за подпомагане на дейността и по други мерки по Програмата за развитие на селските райони:

- мярка 111 "Професионално обучение, информационни дейности и разпространение на научни знания" – професионалното обучение на кадри в биосектора;
- мярка 112 "Създаване на стопанства на млади фермери" – преминаване към биологично производство;
- мярка 121 "Модернизиране на земеделските стопанства" – за модернизиране на земеделските стопанства и преминаването им от конвенционални към биологични;
- мярка 123 "Добавяне на стойност към земеделски и горски продукти" – подобряване на възможностите за производство на биологични храни чрез преработка на първични земеделски биологични продукти;
- мярка 142 "Създаване на организации на производители" – подпомага създаването на организации на биологичните производители.

Новите регламенти на ЕС предвиждат биопроизводителите да получават и т.нар. "зелени плащания" за опазване на околната среда,

както и допълнителни субсидии за биопроизводство, отделно от "Агроекологичните плащания"¹.

Правителствената политика за финансиране на земеделието в страната се осъществява главно чрез инвестиционни програми и целеви субсидии от ДФ "Земеделие" (ДФЗ)² и програма САПАРД³.

¹ Дирекция "Директни плащания и пазарна подкрепа". МЗХ: Accessed June 4.2012. <http://www.mzh.government.bg/MZH/bg/Structure/DPPP.aspx>

² Държавен фонд "Земеделие" (ДФЗ). Програма за развитие на селските райони Accessed June 4.2012 [http: http://www.dfz.bg/bg/programa-za-razvitiie-na-selskite-raioni/merki](http://www.dfz.bg/bg/programa-za-razvitiie-na-selskite-raioni/merki)

³ Програма САПАРД. Accessed June 4.2012.<http://www.dfz.bg/bg/sapard/merki/>

Трета част

**БИОЛОГИЧНИТЕ ХРАНИ
И БЪЛГАРСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ**

КАК СА ПОЛУЧЕНИ РЕЗУЛТАТИТЕ?

Представените данни и анализи в тази част от Ръководството са резултат от многогодишни усилия на авторския колектив за изследване нагласите на българските потребители към биологичните продукти.

Количествените анализи се основават на анкетно проучване, проведено чрез индивидуално стандартизирано интервю със 785 потребители над 17 години в периода юли – септември 2003 г. Проучването е национално представително, като изследваната извадка по демографски характеристики (пол, възраст, образование, местоживеене и етническа принадлежност) се доближава до статистическите данни за страната¹.

Качествените анализи са резултат от провеждането на 4 фокус групи²: две от тях в гр. София и две в други големи градове в страната (гр. Пловдив и гр. Перник) през април – май 2006 г. Общо във фокус групите участват 41 човека (11 мъже и 30 жени). От тях 97.56 % са с висше образование. Повече от половината от участниците (51.22 %) са на възраст между 25 – 35 години, 14.63 % – между 36 – 45 години, 29.27 % – между 46 – 55 години и 2,44 % – над 55 години. Семейни са 78.05 % от респондентите, а 68.29 % имат деца.

Проведено бе и анкетно проучване под формата на анонимни интервюта по стандартизиран въпросник сред група майки³. Разработеният въпросник беше публикуван във форумите на интернет сайта "BG-МАММА", свързани с проблемите на храненето на децата. Проуч-

¹ Кожухаров, Хр., Е. Василева и Д. Иванова. 2004 "Българският биологичен продукт – елемент от интеграцията ни с ЕС". УИ "Стопанство" – София.

² Проект "Пазарни възможности на продуктите от устойчиви земеделски практики (биологично земеделие) в България и Румъния", Р-6/22.06.05, Българо-румънски научни изследвания. Министерство на образованието и науката, фонд "Научни изследвания" 2005 – 2008 г.

³ Ivanova, D., E. Vassileva, S. Stefanov and N. Tipova. 2008. "Organic Products – the Choice of Bulgarian Mothers". 16th IGWT Symposium. Proceeding of Symposium, Volume I, 353 – 357. Suwon, Korea, August 18 – 22.

ването бе осъществено през май 2006 г. Групата "Майки" се формира от доброволно отговорили на анкетата 36 майки – посетители на сайта.

В групата "Майки" участват 36 жени, като 91.67 % от тях са на възраст между 25 и 35 години, 5.56 % – между 36 и 45 години, и едва 2.77 % са под 25 години. Голяма част от групата анкетирани са с висше образование (83.33 %), с полувисше са 11.11 % и само 5.56 % от тях имат средно образование. Повече от половината от участниците (63.89 %) живеят в София, една четвърт (25.00 %) – в областен град, и 11.11 % – в други градове. Почти всички са семейни (89.89 %) и всички, без изключение, имат деца.

КОЙ КУПУВА БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ?

Нашите изследвания разграничават няколко групи потребители на биологични храни в България¹:

- "случайни" потребители – тези, които купуват инцидентно, водени от своето любопитство и възможността да опитат нещо ново и различно;
- "твърди" консуматори – тези, които проявяват подчертан интерес към биологичните продукти. В нашата страна тази група представлява 13 %

Профилът на българския потребител на биологични храни до голяма степен се припокрива с очертания профил на европейския потребител

от населението над 18 години. Това са най-вече потребители в активна възраст – 60 % на възраст между 18 – 40 години с висока степен на образование и доходи над средните. От тях с висше образование са 30 % и със средно образование – 63 %. Повече от половината от анкетираните (52 %), отнасящи се към тази група, са жени. Това са потребителите, живеещи в София и областните градове (57 % от анкетираните).

Аналогични характеристики на българския потребител на биологични продукти установяват и други изследвания, проведени в страната^{2,3}.

¹ Кожухаров, Хр., Е. Василева и Д. Иванова. 2004. "Българският биологичен продукт – елемент от интеграцията ни с ЕС." УИ "Стопанство" – София.

² Джабарова, Юлия. 2007. "Изследване поведението на потребителите на пазара на биологични храни в България." Икономика и управление на селското стопанство, 6, 44 – 49.

³ Витоша рисърч. 2009. "Производство, разпространение и потребление на биологични продукти в България", София.

КАКВО Е РАЗБИРАНЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ЗА БИОЛОГИЧНИТЕ ХРАНИ?

Българските потребители възприемат биологичните храни като храни с *високо качество*. Те са *по-здравословни, по-полезни, по-вкусни* и с различен външен вид от останалите конвенционални храни.

Анкетираните ги определят като:

- "екологично чисти продукти", произведени "по естествен начин или като натурални храни", отглеждани в "екологично чисти райони", с контролирано качество и проследимост "от фермата до чинията";
- получени по специфичен метод на производство, забраняващ използването на изкуствени торове, пестициди, хербициди, генетично модифицирани продукти, хормони и антибиотици за животните.

Сред около 20 % от потребителите се усеща носталгия по *домашно произведените хранителни продукти* и те ги разпознават в биологичните, отличаващи се по външен вид и вкус от останалите.

Национално изследване от 2009 г. потвърждава, че българските потребители биха купували биологични продукти местно производство, защото са здравословни, хранителни и с гарантирано качество¹.

МАЙКИТЕ

Всяка трета от анкетираните майки, загрижена за здравето на своето дете и качеството на храната, вижда в консумацията на биологични храни решение на своите тревоги. Майките, отзовали се на анкетата показват значително по-пълни и по-коректни знания и информираност за биологичните хранителни продукти, в сравнение с останалите участници в проучването.

*Анкета, проведена на сайта
"BG-МАММА"*

¹ Витоша рисърч. 2009. "Производство, разпространение и потребление на биологични продукти в България", София.

ТЪРСЯТ ЛИ БИОЛОГИЧНИ ХРАНИ БЪЛГАРСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ?

Отговорът е "ДА"!

Голяма част от българските потребители¹ заявяват желание за *постоянни покупки на биологични храни*.

Главните причини някои от потребителите да не търсят такива продукти в магазина са:

1. липсата на разнообразие на пазара;
2. проблемите с регулярността на доставките;
3. недоверието в контролните органи или несигурността, че продуктите са наистина биологични.

Майките показват допълнително висока заинтересованост към биологичните храни, отчитайки тяхната полезност и желанието да предоставят на своите деца възможно най-добрите храни, намиращи се на пазара (фиг. 5). Голяма част от тях (22 %) заявяват, че търсят специално тези продукти, но трудно или изобщо не ги намират, а цените им са по-високи от тези на обикновените им аналози.

¹ Това са потребители с висока степен на информираност и образование, живеещи в големите градове и със сравнително високи доходи, които представят групата на "твърдите" потребители на биологични храни.



Източник: собствени изследвания¹.

Фиг. 5. Покупки на биологични храни от участниците в група "Майки"

¹ Ivanova D., E. Vassileva, S. Stefanov and N. Tipova. 2008. "Organic Products – the Choice of Bulgarian Mothers". 16th IGWT Symposium. Proceeding of Symposium, Volume I, 353 – 357. Suwon, Korea, August 18 – 22.

КОЛКО ЧЕСТО КУПУВАТ БИОЛОГИЧНИ ХРАНИ БЪЛГАРСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ?

Резултатите от изследването¹ за честотата на покупката на биологични продукти от "твърдите" потребители показват, че почти всеки втори от участниците би купувал биологични продукти постоянно. Около 20 % биха купували един път седмично и около 12 % – по един-два пъти месечно или по-рядко.

Биологичните хранителни продукти се радват на изключително голям интерес и сред анкетираните майки (фиг. 6). От тях 80 % декларират желание за покупка всеки или почти всеки ден, 14 % биха си купували биохрана 2-3 пъти седмично, а само 6 % – веднъж седмично.



Източник: собствени изследвания².

Фиг. 6. Честота на покупката на биологични храни от участниците в група "Майки"

¹ Проект "Пазарни възможности на продуктите от устойчиви земеделски практики (биологично земеделие) в България и Румъния", Р-6/22.06.05, Българо-румънски научни изследвания, Министерство на образованието и науката, Фонд "Научни изследвания" 2005 – 2008 г.

² Ivanova D., E. Vassileva, S. Stefanov and N. Tipova. 2008. "Organic Products – the Choice of Bulgarian Mothers". 16th IGWT Symposium. Proceeding of Symposium, Volume I, 353 – 357. Suwon, Korea, August 18 – 22.

ЦЕНАТА, КОЯТО БИХА ПЛАТИЛИ ЗА БИОЛОГИЧНИ ХРАНИ БЪЛГАРСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

Повечето потребители, участвали в проучването, са готови да платят по-висока цена поради факта, че заплащат за продукти, които имат по-голяма добавена стойност, произтичаща от начина на производство и техните характеристики (здравословност, безопасност и др.) (табл. 4).

Таблица 4

Готовност на участниците в проучването да платят по-висока цена за биологичните храни в България

<i>Цена, която биха платили</i>	<i>Относителен брой на отговорилите, %</i>
Същата, каквато и за обикновения продукт, не по-висока	-
До 10 % по-висока	12.20
До 20 % по-висока	17.07
До 30 % по-висока	9.75
Над 30 % по-висока	26.83
Цената е без значение	26.83
Неотговорили	7.32
Общо	100.00

Източник: собствени изследвания¹.

Делът на потребителите, готови да платят по-висока цена за биологичните храни, намалява с нарастването на процента на увеличение цената на продукта. Решението е в търсене на баланс между покрива-

¹ Vassileva, E., D. Ivanova, E. Botezat and A. Tomescu. 2008. "Comparative Study of Consumers' Perceptions and Attitudes to Organic Agricultural Products in Bulgaria and Romania". 16th IGWT Symposium. Proceeding of Symposium, Volume I, 370 – 373. Suwon, Korea, August 18 – 22.

не на разходите на производителите и цената, която потребителят е готов да заплати.

Трябва да се отчете и диференцираното отношение на българските потребители към цената на различните групи храни.

Всяка втора майка, участвала в проучването, е склонна да плати за биологични храни цена до 30 % по-висока спрямо тази на обикновените им аналози, а за 17 % от анкетиранияте в тази група цената за такива полезни за децата продукти е без значение.

КОИ БИОЛОГИЧНИ ХРАНИ ТЪРСЯТ БЪЛГАРСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ?

Кои групи биологични храни предпочитат българските потребители?

Предпочетените от анкетираните потребители продукти представляват ежедневно консумираните храни от българските семейства, оценени по вкус, качество и здравословен ефект.

- Първото място на млякото и млечните продукти се обяснява, както с основната им роля в менюто на българина, така и с представата за тяхната важност по отношение на здравето.
- Плодовете и зеленчуците са поставени на първо място от майките в анкетата, тъй като са оценени като много вкусни, полезни, често употребявани в семейството и могат да се консумират непреработени. Биологичните продукти се приемат от майките поради гарантирания им произход и обработка, липсата на ГМО, за разлика от обикновените. Майките смятат, че плодовете и зеленчуците на пазара съдържат много вредни за здравето вещества ("изкуствени торове и химикали за борба с вредителите") и контролът върху качеството им е слаб.

Кои храни предпочитате да са биологични?

При направеното проучване на въпроса "Кои храни предпочитате да са биологични?" се откриха следните отговори за видовете хранителни продукти (фиг. 7):

- мляко и млечни продукти (25 %);
- месо и месни продукти (24 %);
- зеленчуци и плодове (22 %).

Зърнените храни и продуктите от тяхната преработка, детските храни, билките, кафето и чаят са на по-задни позиции при изразяване на потребителските предпочитания.



Източник: собствени изследвания¹.

Фиг. 7. Предпочитани групи храни от участниците в проучването

Пресни или преработени биологични храни?

По-голямата част от участниците биха предпочели пресните храни, но преработените – готови и полуфабрикати, също са обект на вниманието им. Някои от анкетираните уточняват, че биологична трябва да бъде цялата гама предлагани продукти, което ще създаде многообразие на биологичния пазар. Като подходящи се посочват консервираните плодове и зеленчуци (сладка, компоти, лютеници, замразени продукти), чипсове и др. Обръща се внимание на липсата на избор на преработени храни изобщо и на аргумента, че при преработката се губи голяма част от полезността му и продуктът не е необходимо да бъде биологичен.

В групата "Майки" ясно изразено е предпочитанието към пресните храни, отново свързано с ползи за здравето на родителите и децата в семейството.

¹ Vassileva, E., D. Ivanova, E. Botezat and A. Tomescu. 2008. "Comparative Study of Consumers' Perceptions and Attitudes to Organic Agricultural Products in Bulgaria and Romania.". 16th IGWT Symposium. Proceeding of Symposium, Volume I, 370 – 373. Suwon, Korea, August 18 – 22.

ОТКЪДЕ ДА КУПУВАТ БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ (ХРАНИ) БЪЛГАРСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ?

Сред по-голяма част от участниците в анкетата преобладава мнението, че за продажба на биологични храни са много удачни *супермаркетите, хипермаркетите, специализираните и кварталните магазини*.

Големите вериги магазини улесняват потребителите, като спестяват време за покупка, защото необходимите стоки са на едно място. Бъдещото развитие на тези магазини е продиктувано от динамичния начин на живот в големия град. Според анкетираните добър вариант за продажба е специализираният щанд в големия магазин.

Супермаркетите са удачен вариант, тъй като там потребителите могат да получат допълнителна информация и консултация от продавач-консултанта за биологичния продукт. Тези магазини са подходящи, защото се осъществява постоянен контрол, разполагат с добри условия за съхранение и са заинтересовани да се пазят името и марката на продавача.

Според потребителите супермаркетите, хипермаркетите, специализираните и кварталните магазини са най-удачните места за продажба на биологични храни.

Кварталните хранителни магазини и специализираните магазини са подходящи за предлагане на биологични продукти, защото имат своите постоянни, добре мотивирани и информирани за здравословното и природосъобразно хранене клиенти. От друга страна, анкетираните подчертават значението на личния контакт и доверието към търговеца, който предлага продукта. Отчитайки липсата на анонимност в кварталните магазини, част от постоянните клиенти могат да се превърнат в лоялни потребители на биологични продукти.

Откритите пазари са много разпространен начин за продажбата, особено за пресните плодове и зеленчуци. Този начин на предлагане на продуктите крие риск от лесна подмяна и анонимност на производителя. От тази гледна точка само около 7 % от отговорилите ги посочват като подходящи за предлагането на биологични продукти.

Съществува и мнение, че биопродуктите трябва да се предлагат на повече места (*навсякъде*), така че потребителите да ги виждат често и да имат възможност да ги купят във всеки момент.

Прави впечатление, че никой от анкетираните не споменава *електронната търговия* като вариант за продажба на биологични продукти в България. Засега примерите за използване на този съвременен начин на покупка са малко, но тенденцията е броят на сайтовете, предлагащи биохрани, постоянно да се увеличава.

Сред майките преобладава мнението, че за продажба на биологични храни са много удачни супермаркетите, кварталните магазини и хипермаркетите (табл. 5). Специализираните магазини и общинските пазари заемат следващите места в класацията. За тези потребители от значение е удобството при покупката и достъпността на биологичните храни. Майките с малки деца предпочитат магазинът да е наблизо, а много често специализираните магазини са далеч от дома на потребителя.

Таблица 5

Места за продажба на биологични храни през погледа на анкетираните майки

<i>Места за продажба</i>	<i>Брой на отговорилите</i>	<i>Относителен брой на отговорилите, %</i>
Хипермаркети	12	17.90
Супермаркети	23	34.32
Специализирани магазини	9	13.43
Квартални магазини	14	20.89
Общински пазари	9	13.43

Забележка: на този въпрос анкетираните са дали повече от един отговор.

Източник: собствени изследвания¹.

¹ Ivanova D., E. Vassileva, S. Stefanov and N. Tipova. 2008. "Organic Products – the Choice of Bulgarian Mothers". 16th IGWT Symposium. Proceeding of Symposium, Volume I, 353 – 357. Suwon, Korea, August 18 – 22.

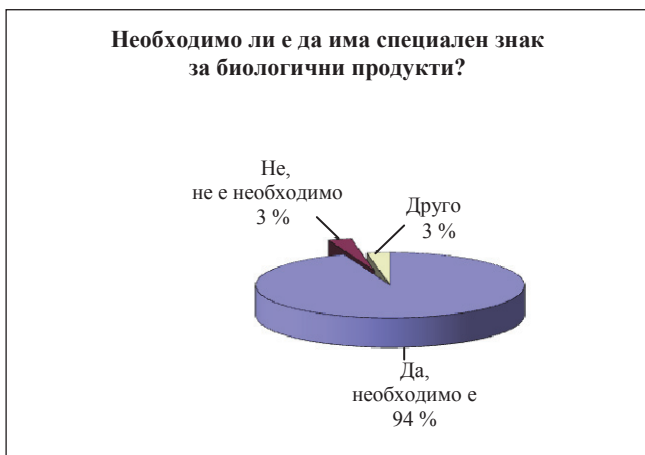
КАК ДА РАЗГРАНИЧИМ БИОЛОГИЧНИТЕ ОТ ДРУГИТЕ ХРАНИ?

Голяма част от потребителите търсят специална маркировка (знак) върху етикета, която дава информация за хранителните биологични продукти. Те подчертават необходимостта от информация и обучение за това. Част от анкетираните изразяват определено недоверие към такъв вид маркировки поради некоректното и неправомерното им използване на българския пазар в последните години. Отговарящите, че не търсят такъв знак, се аргументират с това, че не познават този тип маркировки, не са информирани за съществуването им и не са ги срещали досега.

Необходимост от специален знак за биологичните продукти

Всички анкетираните потвърждават необходимостта от специален знак за биологичните продукти. Аргументите за това са: улеснение на избора на потребителя; разграничаване от останалите продукти (лесно разпознаване и идентификация); информация за потребителите; гаранция за биологичния произход и качеството на храните; информация и реклама на биологичните храни.

Почти всички майки, участвали в анкетата, смятат, че има необходимост от специален знак за биологичните продукти (фиг. 8). Според тях знакът би следвало лесно да се разпознава т.е. "да се вижда от пръв поглед", да бъде надлежно защитен, за да не може "всеки недобросъвестен производител да се възползва от него". Той трябва да бъде наложен на пазара и да създаде доверие сред потребителите, както и да се контролира правилното му използване. Изказано е и мнение, че е необходимо да се маркират "изкуствените продукти, съдържащи ГМО, а естествените да останат немаркирани".



Източник: собствени изследвания¹.

Фиг. 8. Необходимост от специален знак за биологичните продукти в групата на майките

Заблуждаващи "био" маркировки!

Некоректните, както и подвеждащите маркировки, пречат за развитието на пазара на биологични храни в България. Това води както до загуби за сертифицираните биологични производители, така и до предоставяне на погрешни сигнали за качеството на продуктите, като по този начин се създава объркване сред потребителите. Резултатът е недоверие и скептицизъм към биопродуктите изобщо, което влияе негативно върху налагането им на българския пазар.

През 2007 г. българската национална асоциация "Активни потребители" (БНАП) и фондацията за биологично земеделие "Биоселена"

¹ Ivanova D., E. Vassileva, S. Stefanov and N. Tipova. 2008. "Organic Products – the Choice of Bulgarian Mothers". 16th IGWT Symposium. Proceeding of Symposium, Volume I, 353 – 357. Suwon, Korea, August 18 – 22.

започват проект¹, който цели да създаде нетърпимост към фалшивите биологични храни. Извършен е мониторинг на храни, носещи маркировката "био, еко, органичен продукт". Само седмици след началото на проекта са събрани десетки етикети на храни с некоректна информация. Най-често срещаните подвеждащи и заблуждаващи означения сред тях са: "екологичен продукт", "биологичен продукт", "биопродукт", "органик", "екологично чист продукт", "произведено в екологично чист район", различни съчетания с представката "био" (биограма; биофрод и др.) и т.н. Повечето такива продукти са намерени на територията на столичните магазини. Най-често заблуждаващите етикети са открити върху ориз, леща, кисело мляко, кашкавал и мюсли.

Три години по-късно при извършен мониторинг² на същите марки (респ. производители) по отношение маркировките "био-", "еко-", "органичен продукт" проучването показва, че при голяма част от обхванатите продукти некоректните маркировки вече са променени. Въпреки че една част от продуктите не са открити през 2010 г., има и такива, при които заблуждаващите маркировки на продуктите не са променени. В някои от тези случаи дизайнът на опаковката е различен, но е съхранена маркировка с "екологични" твърдения.

Тези резултати са индикатори за промяна в отношението на производители и на потребители към информацията за биологичните продукти през този тригодишен период. Налице е положителен ефект при практиките за предоставяне на информация на етикетите, свързана с биологичния начин на производство.

"Производителите, поставили заблуждаващ потребителя етикет, че продуктът е биологичен, могат да бъдат наказани с глоба от 1000 до 10 000 лв."

Закон за храните, обн. ДВ., бр. 90 от 10.10.1997 г. и изм.

¹ Проект "Не на фалшивите биохрана!". Българска асоциация "Активни потребители" и фондация за биологично земеделие "Биоселена". 2007 г.

² Проект "Ролята на продуктовете сертификационни схеми за предоставяне на независима потребителска информация в България". НИД 17/2009, УНСС – София, 2009 – 2011 г.

ИНФОРМАЦИЯ ЗА БИОХРАНИТЕ

Преобладаващото мнение сред потребителите е, че няма информация за биологичните храни, за техните предимства или недостатъци¹.

Те очакват да я намерят в "брошури в магазините", телевизионни реклами, специализирани издания (списания като тези за фитнес, за жените и др.), вестници или специални бюлетини. Участниците оценяват ролята на рекламата, но уточняват, че тя трябва да бъде неподвеждаща за потребителя и да е законово обвързана. Много малка част от анкетираните намират информация за биологичните хранителни продукти, като я отъждествяват с многобройните "информации за здравословно хранене, публикувани в пресата".

Преобладаващото мнение на участвалите майки е, че информацията за биопродуктите в България е крайно недостатъчна. Някои от анкетираните конкретизират липсата ѝ в медиите, сред лекарите, в образователни институции и др. Само 14 % от участниците имат достатъчно информация, която са намерили:

- в интернет;
- случайно;
- от форумите на BG.MAMMA;
- в специализираната литература и др.

¹ Кожухаров, Хр., Е. Василева и Д. Иванова. 2004 "Българският биологичен продукт – елемент от интеграцията ни с ЕС." УИ "Стопанство" – София.

ОБУЧЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

Изследванията върху възприятията и нагласите за биологичните продукти в България показват необходимостта от обучение на потребителите за биологичното производство и характеристиките на биохраните. То трябва да е насочено към създаване на отношения, знания и умения, нужни за изграждане на активни съвременни потребители.

Обучението на потребителите в контекста на устойчивото потребление (в т.ч. на биологичните продукти и храни) представлява преди всичко насочването им към избор на устойчиви продукти, основан на информираност, или към използване на дадени продукти по устойчив начин.

Производителите на биологични продукти трябва да информират потребителите за целите на биопроизводството, характеристиките на биохраните, техните предимства пред останалите стоки на пазара (поздравословни, по-полезни, по-вкусни) и кое налага заплащането на по-високата им цена. При обучението особено внимание следва да се отдели на екомаркировките, които гарантират екологосъобразния начин на производство и отличават "истинските" от "фалшивите" биопродукти. За тази цел могат да се използват различни инструменти като разяснителни кампании, печатни материали, средствата за масова информация и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Витоша рисърч. 2009. "Производство, разпространение и потребление на биологични продукти в България.", София.
2. Главна дирекция "Земеделие и развитие на селските райони" на Европейската комисия. 2012. "Лого и означаване." Accessed June 4 2012. http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/logo-labelling_bg
3. Джабарова, Юлия. 2007. "Изследване поведението на потребителите на пазара на биологични храни в България." Икономика и управление на селското стопанство, 6, 44 – 49.
4. Дирекция "Директни плащания и пазарна подкрепа". МЗХ: Accessed June 4.2012. <http://www.mzh.government.bg/MZH/bg/Structure/DPPP.aspx>
5. Държавен фонд "Земеделие" (ДФЗ). Програма за развитие на селските райони Accessed June 4.2012 <http://www.dfz.bg/bg/programa-za-razvitie-na-selskite-raioni/merki>
6. Информационен регистър на лицата, получили разрешение от министъра на земеделието и храните да осъществяват контрол за съответствие на биологичното производство, Accessed June 4.2012. [www.mzh.government. bg/.../Kontrolni_organ_i_BG_last_3.sflb.ashx](http://www.mzh.government.bg/.../Kontrolni_organ_i_BG_last_3.sflb.ashx)
7. Кожухаров, Хр., Е. Василева и Д. Иванова. 2004. "Българският биологичен продукт – елемент от интеграцията ни с ЕС." УИ "Стопанство" – София.
8. Министерство на земеделието и горите. 2007. "Национален план за развитие на биологичното земеделие в България 2007 – 2013 г.", София.
9. Наредба 22 за биологичното производство на растения, растителни продукти и храни от растителен произход и неговото означаване върху тях от 4.07.2001 г. на Министерството на земеделието и горите (обн. ДВ. бр. 68 от 3.08.2001 г.).
10. Наредба 35 за биологичното отглеждане на животни и биологично производство на животински продукти и храни от животински произход и неговото означаване върху тях от 4.07.2001 г. на Минис-

терството на земеделието и горите и Министерството на околната среда и водите загл. изм. ДВ, бр. 13 от 2006 г.).

11. Програма САПАРД, Accessed June 4. 2012. <http://www.dfz.bg/bg/sapard/merki/>

12. Проект "Не на фалшивите биохрана!". Българска асоциация "Активни потребители" и фондация за биологично земеделие "Биоселена", 2007 г.

13. Проект "Ролята на продуктите сертификационни схеми за предоставяне на независима потребителска информация в България", НИД 17/2009, УНСС – София, 2009 – 2011 г.

14. Проект "Пазарни възможности на продуктите от устойчиви земеделски практики (биологично земеделие) в България и Румъния", Р-6/22.06.05, Българо-румънски научни изследвания, Министерство на образованието и науката, фонд "Научни изследвания" 2005 – 2008 г.

15. European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development. 2010. "An analysis of the EU organic sector." Accessed June 4. 2012. <http://ec.europa.eu/agriculture/organic>

16. Ham, U., F. Gronefeld and D. Haplin. 2002. "Analyses of the European Market of Organic Food". School of management and business, Wales.

17. Ivanova D., E. Vassileva, S. Stefanov and N. Tipova. 2008. "Organic Products – the Choice of Bulgarian Mothers". 16th IGWT Symposium, "Achieving Commodity & Service Excellence in the Age of Digital Convergence". Proceeding of Symposium, Volume I, 353 – 357. Suwon, Korea, August 18 – 22.

18. International Federation of Organic Agriculture Movements IFOAM. 2012. "Organic Agriculture Worldwide 2012." The Directory of IFOAM. IFOAM, Bonn, Germany.

19. Organic Europe. 2012. "Organic agriculture in Europe 2012." Accessed June 4. 2012. www.organic-europe.net

20. Organic Europe. 2012. "Country report Bulgaria." Accessed June 4. 2012. www.organic-europe.net/bulgaria.html

21. Soil Association. 2012. "Organic Market Report 2012." Accessed June 4. 2012. www.soilassociation.org/marketreport

22. Vassileva, E., D. Ivanova, E. Botezat and A. Tomescu. 2008. "Comparative Study of Consumers' Perceptions and Attitudes to Organic Agricultural Products in Bulgaria and Romania". 16th IGWT Symposium,

"Achieving Commodity & Service Excellence in the Age of Digital Convergence.". Proceeding of Symposium, Volume I, 370 – 373, Suwon, Korea, August 18 – 22.

23. Willer, Helga and Lukas Kilcher, (Eds.). 2012. "The World of Organic Agriculture – Statistics and Emerging Trends 2012." Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Bonn.

ПОЛЕЗНИ АДРЕСИ

Министерството на земеделието и храните – www.mzh.government.bg
Сдружение за биологично земеделие "Агролинк" – www.agrolink.org
Фондация за биологично земеделие "Биоселена" – www.bioselena.com
Инициатива за устойчиво развитие "Горичка" – www.gorichka.bg
Кооперация "Био България ойл" – www.biobulgariaoil.org
Българска асоциация биопродукти (БАБ) – www.bgbio.org
Асоциацията на биотърговците в България (АБТ) – <http://abt-bulgaria.org>
International Association of Organic Agriculture Research Institutes FiBL –
www.fibl.org
International Federation of Organic Agriculture Movements IFOAM –
www.ifoam.org
Statistical office of the European Union Eurostat – <http://ec.europa.eu/eurostat>
Soil Association – www.soilassociation.org

БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ

доц. д-р Даниела Иванова
доц. д-р Елка Василева
гл.ас. д-л Стилиян Стефанов
гл.ас. д-р Нина Типова

Рецензент: проф. д-р Благой Колев

Редактор Ваня Миленкова
Художник на корицата Истилиян Божилов

Дадена за печат на 06.11.2012 г.
ПК 3,75; формат 16/60/84; тираж 100
ISBN 978-954-644-385-4

ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС