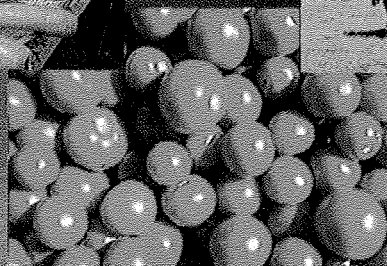


Христо Кожухаров * Елка Василева * Даниела Иванова

БЪЛГАРСКИЯТ БИОЛОГИЧЕН ПРОДУКТ - ЕЛЕМЕНТ ОТ ИНТЕГРАЦИОННИЯ ПРОЦЕС КЪМ ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ



УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО
СТОПАНСТВО

**БЪЛГАРСКИЯТ БИОЛОГИЧЕН ПРОДУКТ – ЕЛЕМЕНТ
ОТ ИНТЕГРАЦИОННИЯ ПРОЦЕС КЪМ ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ**

проф. д-р Христо Кожухаров

доц. д-р Елка Василева

доц. д-р Даниела Иванова

**Рецензенти: проф. д.ик.н. Николай Николов
Милена Николова**

Отг. редактор Елена Коева

Художник Истилиян Божилов

Дадено за печат 05.07.2004 г.

Формат 16/60/84. ПК 7. Тираж 200

ISBN 954-494-600-4

УНИВЕРСИТЕТСКА ПЕЧАТНИЦА НА УНСС

ВЪВЕДЕНИЕ

Биологичното земеделие е начин на производство, който се основава на специфична философия, при която връзката *почва – растение – животно – човек* се възприема като една жива система. При този вид земеделие не се допуска използването на синтетични химични продукти (пестициди, минерални торове, растежни регулатори, аминокиселини, консерванти), генетично модифицирани организми, утайки от пречиствателните станции и др. Третирането на животните с антибиотици е силно ограничено. В същото време са разрешени някои вещества с промишлен произход (сол, добавки и др.), както и оборска тор, гуано, растителни мазнини и др.

Българската земя е една от най-плодородните в света, а природата ни е запазена сравнително чиста. По данни на Министерството на земеделието и горите, 80 % от площите в страната са подходящи за биологично земеделие. В планинските и полупланински райони не съществува замърсяване с химични торове и пестициди, което създава големи възможности за биологично производство на специфични продукти, носещи знака на България, като биволското мляко, овчето сирене и др. Добре известни със своите вкусови качества са българският мед, виното, зеленчуците и плодовете, които очертават потенциалния диапазон за биологични продукти в страната.

Наред с тези дадености, трябва да се отбележи, че през 2001 г. в България се приемаха две наредби за биологичния начин на производство.

Изложеното до тук определи основните цели, които си поставя колективът с тази научна разработка: **анализ на състоянието на законодателната и на нормативната база, изследване на проблемите на българския производител и тенденциите в предпочитанията на българския потребител към биологични продукти.**

Проектът бе реализиран от членовете на катедра “Стокознание” към УНСС – София. Финансирането му бе осигурено със средства от фонд НИД на университета.

Глава първа

СЪЩНОСТ НА БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

Биоземеделието се появява през 30 – те години на миналия век. Неговите основи могат да се потърсят в страните от Северна Европа и по-специално в Германия и Англия. Голямо значение за развитието му има идеята за биодинамиката, създадена от австриеца Rudolf Steiner (1861 -1925), който подчертава хармонията на земеделието с природата, духовните и астрални сили [1]. Днес това е една много по-прагматична философия, целта на която е осмисляне на природните ресурси, поддържане на жизненоважните части на почвата и хумуса в равновесие с биосферата.

Липса на единство в терминологията

Някои автори [2] разграничават биологичните храни от останалите, наречени от тях “небиологични”, главно по *метода, използван при тяхното производство* и по-рядко като функция на оценените и на изпитани характеристики. *Обикновените храни* не съответстват на изискванията за сертификация по стандартите за биологични храни. Същите автори разграничават междинната категория на т. нар. *храни с екологично означение*, като напр. тези, сертифицирани по IPM (Integrated Pest Management) в САЩ, “храни с ниско съдържание на вредни химични съединения” (Low-Chemical foods) - в Япония, както и някои класове “зелени храни” - в Китай, които не отговарят точно на изискванията за сертификация на биологични храни.

Според изискванията на *Европейския регламент № 2092/91* [3], отнасящ се за биологичното производство на селскостопански продукти и означението им, термините “екологични”, “биологични” и “органични” се приемат за равнозначни. В същото време се подчертава, че терминологията се отнася за *начина на производство* на този вид селскостопански продукти.

В настоящия проект, подчертавайки равностойността на термините *екологични, биологични и органични продукти*, авторите приемат “*биопродукт*” за работно понятие, доколкото това съвпада с терминологията в българските нормативни документи, засягащи този вид производство.

1.1. ЗАЩО БИОЛОГИЧНО ЗЕМЕДЕЛИЕ?

- **Опазване на околната среда**

Производството на земеделската продукция се съпътства от *екологични рискове* - водите и почвите се замърсяват с пестициди, плодородието на почвите намалява, ерозията взема застрашителни размери, разнообразието от растителни и животински видове намалява, увеличават се болестите по растенията и животните.

Биоземеделието *опазва* околната среда *чрез начина на производство* на селскостопанската продукция. Стриктно се съблюдава ограничението за използване на някои вещества, които макар и с природен произход, могат да бъдат вредни за здравето на потребителя. С цел поддържане естественото плодородие на почвите при отглеждане на растенията и животните, биоземеделието използва превантивни методи, които включват: сеитбообращение на отглежданите култури; засаждане на бобови култури; рециклиране на органичните отпадъчни материали (животинска тор); запазване на живите организми, живеещи в почвите (бактерии, червеи и др.); механична борба с плевелите; подходящи природни начини за борба срещу паразитите и др. [4].

Методите за *отглеждане на животните* са близки до техния *естествен начин на живот*, което осигурява доброто им здравословно състояние. При т. нар. “връзка със земята” в биологичната ферма трябва да се произвежда и храната за отглеждане на животните.

Икономически изгодна алтернатива за земеделските производители

Голяма част от земеделските стопанства в момента се намират в *екологична и икономическа криза* - цените на земеделската продукция намаляват, разходите за работна ръка и техника се увеличават. Биологичното земеделие е възможност за преодоляване на тази криза, като се произвежда *и висококачествена продукция* за точно определена пазарна ниша, съгласно нуждите на пазара.

- **Здравословни хранителни продукти**

Все повече консуматори търсят *здравословни* продукти. Продуктите на биологичното земеделие отговарят на тези условия. Произвеждат се в стопанства, съгласно *природните закони* и без химична намеса. Етикетът “*био*” е известен в цял свят и отговаря на строго регламентирани стандарти за производство и качество на храните.

1.2. КАКВО ОЗНАЧАВА БИОЛОГИЧНО ЗЕМЕДЕЛИЕ?

- **Разнообразни структури на стопанство**

Да се работи по методите на биологичното земеделие, означава да се *пази биологичното разнообразие* на флората и фауната чрез използване на подходящи сеитбообращения, естествени и изкуствени ливади и др.

- **Биологичното стопанство се ориентира и съобразява с природните цикли**

Биологичното земеделие започва от *поддръжката на “жива” и плодородна почва*. В необработената почва се развиват повече животински организми. Този живот се поддържа, подобрява и възстановява чрез подходящата ѝ обработка. В биологичното стопанство заедно с почвите, растенията и животните образуват една затворена единица. Мерките в такова стопанство се предприемат с цел да се благоприятстват процесите на *агро-екосистемата* и земеделското производство.

- **Отглеждане на животни**

В биологичните стопанства продуктивните животни имат достатъчно *свобода* на движение. Те се наблюдават индивидуално и тяхното *здраве* се поддържа по *естествен начин*. Хранят се по възможност изцяло с фураж, произведен в стопанството. Профилактичното използване на антибиотици, кокцидиостатици, хормони, растежни регулатори и други алопатични лекарствени средства е забранено.

Лечението се назначава и извършва само от компетентен ветеринарен лекар, като всички данни за диагнозата и проведеното лечение се записват в дневник. В случай на използване на антибиотик или друг алопатичен лекарствен продукт карантният срок за месо, мляко и яйца се увеличава 2 пъти.

Торове и хумусен цикъл във фермата

В биологичните стопанства се поддържа *определен брой на животните*,

достатъчни за производство на необходимите торове за единица площ. Като допълнение биологичните производители отглеждат смески от бобово-житни растения. Те фиксират азот от въздуха, който е необходим на растенията. *Балансирането на хумуса* благоприятства дейността на почвата. Животинският тор е *компостиран*, а торовата течност е приготвена по различни методи. Не се използват лесно разтворими азотни, фосфорни и калиеви торове. Поддържането на *равновесие на хранителните елементи* е едно от тежките изисквания към биологичните стопанства.

- **Да се плевят, вместо да се третира с препарати**

Биологичното земеделие *отрича* напълно *химическата борба* срещу плевелите чрез хербициди. Замяната предвижда техники, свързани с редуване на посевите, а така също и механична обработка. Целта не винаги се изразява в абсолютно оплевени полета. Понякога средното количество *бурени и плевели* са *предимство*. Те оказват благоприятна роля и покриват почвата.

- **Да предотвратиш, вместо да воюваш**

С цел да предотвратят болестите и неприятелите, земеделците, работещи по биологични методи, избират *резистентни видове*, прилагат умерено торене и редуване на посевите, създават естествени зони с пасища. Ако се наложи по-силна борба с болести и неприятели, те прибегват към продукти за третиране на *растителна или минерална основа* и/или използват природни антагонисти на неприятелите.

- **Предразположение и кураж за новостите**

Освен професионалните познания, в биологичното земеделие се изисква да се предприемат *рискове*, както и да се *поемат отговорности* по отношение на околната среда.

- **По-ниски добиви**

Едно биологично стопанство получава от *10 до 40 % по-ниски добиви* от конвенционалното, в зависимост от културата и мястото. За сравнение конвенционалното земеделие използва близо 25 % повече азот, 40 % фосфор и двойно повече калий.

- **Продължително обучение**

За успешно преминаване към биологично земеделие са необходими: достатъчно *познания* за торовете в стопанството, растителната защита, отглеждането на животните, окачествяването на продуктите и тяхната продажба. Фермерите имат различни възможности за *обучение и консултации* по биологично земеделие.

1.3. ПРИНЦИПИ НА БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

Затворен цикъл на хранителните вещества

В биологичното земеделие се цели *максимално рециклиране* на веществата и енергията. Плодородността на почвата се постига основно с *органични торове*, произведени в стопанството. Ограничава се внасянето и изнасянето на торове от и в стопанството [5].

- **Синтетичните и генетично модифицираните продукти са забранени**

Пестициди, химични продукти, хранителни добавки и други съставки не са разрешени. *Генетично модифицираните храни и семена*, както и всички продукти, съдържащи генетично модифицирани организми или техни производни, не могат да бъдат използвани в биостопанствата.

- **Запазване плодородието на почвата**

Плодородност на почвата се постига чрез *уравновесена и разнообразна смяна* на културите, правилното *управление* на органичния тор и поддържане *оптимална структура* на почвата. По този начин се постига и добро развитие на кореновата система, оптимално снабдяване с вода и с хранителни вещества, както и усиляване на естествената защита на почвата и растението срещу болести и неприятели.

- **Отглеждане в съответствие с нуждите на вида**

С известна *свобода на движение* и спазвайки нуждите на вида, може да се постигне по-добро здраве на животните. Що се отнася до ветеринарните грижи, предпочита се алтернативна медицина.

Проследяемост на биологичната продукция

Всеки производител е длъжен да води *подробна документация*, която следи произхода на продукта.

Биоземеделието не е просто *модерна тенденция*, а реална възможност за производство, използващо усъвършенствани методи, които довеждат до получаване на здравословни и качествени хранителни продукти.

Глава втора

МЕЖДУНАРОДНА РЕГЛАМЕНТАЦИЯ ЗА БИОЛОГИЧНИТЕ ПРОДУКТИ

Търговията с биопродукти и същественият ръст, който бележи този сектор през последното десетилетие се затормозяваше от липсата на хармонизирани изисквания между потенциалните търговски партньори. Това наложи необходимостта от стандарти, наредби и препоръки, засягащи качеството на биологичните храни.

2.1. МЕЖДУНАРОДНА ФЕДЕРАЦИЯ НА ДВИЖЕНИЯТА ЗА БИОЛОГИЧНО ЗЕМЕДЕЛИЕ

През ноември 1998 г. **Международната федерация на движенията за биологично земеделие (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM)** прие собствени стандарти за биологичното производство и преработка. Създадена през 1972 г., Федерацията обединява организации от целия свят, свързани с това производство, сертификация, изследване, обучение и популяризиране на този вид земеделие. Политиката на федерацията се определя от нейната *Генералната асамблея*, а основните ѝ дейности се провеждат от *административен съвет*, както и от свързани с него *комисии и работни групи*. Една от главните цели на Федерацията е да представя международните движения за биологично земеделие пред парламентарни, административни и политически институции (напр. IFOAM има статут на консултант в Организацията на обединените нации за изхранване – FAO; регионалната група “Европейска общност” към Федерацията има за цел да поддържа диалог с Европейската комисия за развитието на сектора на биологичното селско стопанство).

Стандартите, които IFOAM периодично обновява [6] са преведени на около 20 езика. Те *не са задължителни*, но предлагат на регламентиращите/сертифициращите органи в отделните страни *основната рамка*, върху която да развият своите собствени правила на национално и регионално равнище. Това позволява **националните и регионални стандарти** да бъдат по-детайлни от основните стандарти на Федерацията, а също да отразят актуалното състояние на методите за биологично производство и преработка, в контекста на специфичните условия в страната.

IFOAM (фиг. 1) има за цел да бъде международен гарант за биологичния



произход на продукцията.

Международната служба по акредитация на биологичното производство (IOAS), която управлява *Програмата по Акредитация* на IFOAM, се стреми да гарантира еквивалентността на сертификацията в различните страни. В новата версия на

основните стандарти на Федерацията се въвеждат принципите на социалното равенство, а новосъздадената Акредитационна програма за сертификация на малките производители потвърждава загрижеността към положението на тези производители от развиващите се страни.

2.2. CODEX ALIMENTARIUS

През юни 1999 г., Комисията на *Codex Alimentarius*¹ [7] прие свои директиви за производството, преработката, обозначението и търговията на храни, произведени по биологичен начин [8]. В тези документи се разглеждат принципите на това земеделие, приложими на етапите на производство в стопанството: подготовка, складиране, транспорт, етикетиране и търговия. Те не засягат все още отглеждането на животни, но Комисията е в процес на създаване на правилата за биологична животинска продукция.

¹ Работата на *Комисията на Codex Alimentarius* има за цел да въведе из целия свят Codex Alimentarius (или хранителен кодекс), който съдържа стандартите, правилата за използване, наредбите и препоръките, създадени в рамките на смесената програма на FAO (Организация на Обединените нации за изхранване) и OMS (Световната здравна организация) за хранителни продукти за да гарантира хранителна безопасност и лоялност на търговските операции в тази област.

Приемането на международните директиви в рамките на Codex Alimentarius е важна стъпка към *унифициране* на отделните сектори на производство на биологични храни, което ще улесни търговията с тях. Това ще позволи на страните-членки на комисията да създадат своя регламентация на основата на тези принципи, отчитайки националните особености. Разпознаването на регламентацията за биологични храни в международен план ще позволи сигурна защита на потребителите от фалшификации и измами [9].

Биологичните храни трябва да отговарят на всички *критерии за качество и безопасност*, прилагани към традиционните храни. Правилата и специфичните наредби за храни, произведени по биологичен начин предвиждат допълнителни критерии, свързани с начина на производство, както и с идентификацията и обозначението им. В рамките на регламентацията за биологични храни се засягат въпросите, свързани с механизмите, гарантиращи съблюдаването на всички директиви, отнасящи се до производството им.

Системата за *контрол и сертификация* е неразделна част от производството на биологични храни. Според директивите на Codex Alimentarius, при производството им трябва да се прилагат само методите на биологично земеделие и то под наблюдението на официалните органи за сертификация, като се предвиждат регулярни проверки за съответствие с основните критерии. В зависимост от случая, сертификацията може да се основава на серия действия за проверка на системата за производство и преработка, като включва и оценката за осигуряване на качеството и крайните изпитвания на продукта.

Като следствие на контрола и сертификацията, консуматорът е сигурен, че основните критерии за биологичната продукция са спазени и че храната, обозначена като биологична, е действително произведена по такъв начин. Увеличаването на търсенето и икономическите интереси, свързани с биологичното производство довеждат до отдалечаване на производителя от потребителя. От тук идва и същественото значение на процедурите на външен контрол и сертификация за защита на потребителя. Това налага правителствата да гарантират, че националните системи за контрол и сертификация отговарят на всички необходими и приложими критерии.

Критериите за износ и внос на биологични храни трябва да се основават на принципа на *еквивалентността, прозрачността и либеризацията на обмена*, в потвърждение на договореностите в Световната търговска организация [9].

2.3. *FAO* - ОРГАНИЗАЦИЯТА НА ОБЕДИНЕНИТЕ НАЦИИ ЗА ИЗХРАНВАНЕ

Комитетът за селско стопанство към *FAO* оцени в своите документи [10], че търсенето на биологични продукти създава нови възможности за селското стопанство в развиващите се страни. Липсата на познания и/или подходяща инфраструктура за контрол на храните в развиващите се страни или в страните в преход от Централна и Източна Европа представлява несъмнено важна пречка за развитието на биологичното селско стопанство. Трябва да се отбележи, че от 1999 г. *FAO* прие своя работна програма в областта на биологичното земеделие, която цели оказване на техническа помощ на страните от Централна и Източна Европа, които желаят да усъвършенстват своята система за контрол на храните.

Глава трета

БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ В СВЕТА

3.1. РЕГЛАМЕНТАЦИЯ НА БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

Европейски съюз (ЕС)

Европейското законодателство в областта на биологичното земеделие датира от юли 1991 г. с приемането на **Регламент № 2092/91** на Съвета на Европа [3], засягащ начина на биологичното производство и неговото представяне върху селскостопанските продукти и хранителни стоки. Този Регламент покрива следните четири основни аспекта:

- стандарти за производство/преработка;
- маркировка;
- изискванията по отношение на инспекцията и контрола в ЕС;
- изискванията по отношение на инспекцията и контрола при вноса на продукти от трети страни.

Регламентът е приложим за нетрансформирани *растителни продукти* и продукти, предназначени за човешка храна, състоящи се главно от един или повече компоненти от растителен произход. Чрез него се създаде ***Постоянен комитет по биоизземелие***.

През юли 1999 г. Съветът на Европа прие нов Регламент № 1804/99, който разширява областта на приложение на предишния и за *животинските продукти и храните на тяхна основа* [11]. Новият регламент установи стандартите за биоизземелие на основните животински видове: говеда, овце, коне, кози и птици, като се засягат и някои други видове.

В областта на животинското производство, методите на биологичното отглеждане на животни трябва да гарантират следните елементи:

- животните да разполагат с достатъчно големи открити зони, както и закрити такива, които да позволяват те да се развиват в естествени условия;
- ветеринарното обслужване се основава главно на природни медицински средства;
- използването на антибиотици и др. подобни медикаменти е забранено в храната на животните;
- животинската храна е основана на природни продукти;
- селекцията на породите се извършва в зависимост от тяхното природно обкръжение и тяхната устойчивост на болести;
- трябва да се избягват всякакви замърсявания при използването на изкуствени торове.

По отношение на храните за животните са предвидени условия за етикетирането им и прилагането на мерки за стриктен контрол при промишленото производство на тези продукти. Днешната нормативна база включва в групата храни за животни и ограничен брой добавки и странични продукти от производството.

Според чл. 189 на *Римския договор* и законодателната система на общността, регламентите са директно приложими във всичките си елементи за всяка страна-членка. В действителност съществуват части от тези документи, в които националните и европейски текстове не съвпадат напълно. Националните стандарти за биоземеделие се основават на т. нар. „минималистичен подход”. Всяка страна-членка на Европейския съюз създава свои национални стандарти и закони за биоземеделие, в които по същия начин както в европейския регламент понятието биологично земеделие се свързва преди всичко със специфичния начин на производство на селскостопанските продукти, но отбелязва и някои национални особености [12].

Северна Америка

Департаментът по земеделие на САЩ въвежда *Национална биологична програма* (NOP) през октомври 2002 г. с цел да уеднакви законодателството между отделните щати. С програмата се регламентират изискванията към биологичното производство, подчиняващи се на едни и същи стандарти, в контекста на индустрията на биологичните продукти.

В Канада през 1999 г. са публикувани *Национални стандарти за биологична продукция* изработени от Канадският съвет по стандартизация.

Сертифициращи органи за контрол на съответствието със системата за биопроизводство

Европейски съюз

Контролът върху биологичното производство се извършва на три нива: от *държавата*, от *асоциациите на производителите* и от *самите производители*.

Контролът за спазването на стандартите за биологично производство се осъществява чрез независим сертификационен орган. Във всяка страна – членка на Европейския съюз, има одобрени сертификационни организации, които са държавни, частни или обществени.

Контрол от страна на асоциациите на производителите, преработвателите и дистрибуторите. Голяма част от производителите, преработвателите и дистрибуторите на биологични продукти членуват в различни организации или асоциации за биологично производство. Тези обединения са приели собствени регламенти за биологичното земеделие. В много случаи техните изисквания са по-строги от официалните в страната.

Автоконтрол от страна на производителите. Това ниво на контрол е от съществено значение за производството на биологични продукти, което се основава на съзнателното и честното отношение на производителя към производствения процес. С личната си гаранция, производителят на тези продукти създава по-високо доверие в потребителите и повишава конкурентноспособността на биологичния продукт на пазара.

Северна Америка

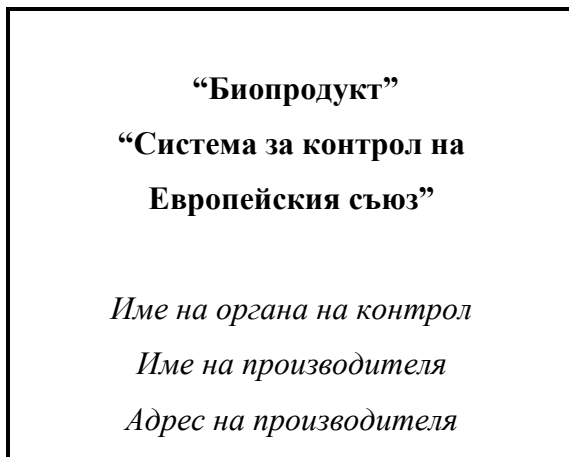
В САЩ според изискванията на *Националната биологична програма* всички производители и преработватели на биологични продукти трябва да бъдат акредитирани. Биологичната продукция се сертифицира от органи за контрол акредитирани от Департамента по земеделие [13].

Канадският съвет по стандартизация (CCN) е организацията, която *акредитира органите за сертификация* на биопродукти в Канада, в съгласие с изискванията на Международната организация по сертификация. Във всички области в страната има *регионални органи* на биопроизводителите със собствени стандарти за биологично производство [14].

Маркировка на биологичните продукти

Европейски съюз

Етикетирането и рекламата на биологичната продукция, според Европейския Регламент № 2092/91 са обект на специфични правила, в зависимост от процентното съдържание на биосъставките в продукта. Под *биологични продукти* се разбират непреработени или преработени такива, които съдържат съставки с *биологичен произход повече от 95 %*, подлежащи на систематичен контрол от съответните органи. Тези продукти могат да съдържат до 5 % конвенционални съставки, които са разрешени от Анекс VI, част С от Регламент № 2092/91. За тях се препоръчва следната маркировка:



Ако един продукт съдържа *между 70 % и 95 % биологични съставки* от селскостопански произход, той не може да се декларира като биологичен продукт, но може да носи надписа "X % биологични съставки от селскостопански произход, произведени в съответствие с правилата за биологично производство".

Еврорегламентите различават и преработени растителни продукти, чието съдържание на *биологичните компоненти не надхвърля 70 %*. При тяхната маркировка

не се разрешава никакво позоваване на биопроизводство, което да се свързва с продукта.

При маркировката и рекламата на растителни продукти или храни от растителен произход, регламентът допуска означението *“продукт от стопанство в преход към биологично производство”*, при условие че са спазени всички изисквания на Регламента, с изключение на продължителността на периода на преход [15].

Знаци за биологични продукти

През март 2000 г. Европейската комисия прие *Регламент № 331/2000*, свързан



със създаването на **европейски знак** за селскостопански и хранителни продукти (фиг. 2), произведени по методите на биологичното селско стопанство в общността [16]. Целта навъвеждането му е да подобри идентификацията на биологичните продукти на пазара и да ги отличи сред останалите продукти в очите на потребителя.

Този знак може да се използва за продукти, произведени в съгласие с изискванията на *Регламент 2092/91* при следните условия: единствено за продукти от растителен произход и хранителни стоки, съдържащи 95 % биологични съставки и които са били обект на контрол по целия път на тяхното производство и преработка. Неговото използване *не е задължително* и може да се комбинира с националните знаци за биопродукти или с тези на частни организации, които служат за идентификация на този вид продукти.

За маркиране на биопродуктите са създадени национални знаци и производствени етикети. Националната маркировка гарантира спазването преди всичко на националните изисквания и подчертава факта, че продуктът произхожда от съответната страна – членка.

Северна Америка

Според приетите в **САЩ** национални стандарти, биологичните продукти трябва да бъдат не само отгледани, преработени и продадени според единни правила, но и маркировката им трябва да отговаря на следните критерии:

- стоките, означени като **“100 % биологични”** не трябва да съдържат (с изключение на водата и солта), по-малко от *100 % биологични селскостопански продукти*, било то непреработени или преработени;

- стоките, означени само като **“биологични”** не трябва да съдържат по-малко от 95 % *биологични селскостопански продукти*, било то непреработени или преработени. Всички други ингредиенти трябва да не са селскостопански продукти или небιологични селскостопански продукти, разрешени от Националния списък на разрешените и забранени вещества;
- стоките, означени като **“произведени с биологични съставки”** трябва да съдържат най-малко 70 % *биологични селскостопански продукти*;
- етикетите на стоките, съдържащи по-малко от 70 % биологични селскостопански продукти не могат да носят наименованието “биологични”, освен в списъка на съставките.

Продуктите, които отговарят на горните изисквания могат да използват печата “биопродукт” на Департаментът по земеделие (USDA) или на сертифициращия орган.

Голяма част от биологичните производители в **Канада** членуват в *регионални органи* и/или в организацията “Канадски органични земеделци” (Canadian Organic Growers – COG) (фиг. 3). Тези организации защитават интересите на производителите и ги подпомагат да се занимават с този вид производство. Всяка от организациите има



Фиг. 3. Знакът на организацията “Канадски органични земеделци”

собствена маркировка с която се идентифицира.

Стимулиращата роля на държавата за развитие на биологичното производство

Европейски съюз

В Европейския съюз бе приета програмата *Agenda 2000*, с която се стимулира развитието на земеделието в селските райони. Тази програма дава възможност да се субсидира биологичното производство като реализиращо се на малки площи и щадящо околната среда [17].

Страните от Европейския съюз получават помощи за *обучение* и за *подобряване на трансформацията и реализацията* на селскостопанските продукти. За да се запазят и засилят тези тенденции, някои правителства (Австрия, Германия, Франция, Швеция и др.) допълват европейската помощ. Един от големите проблеми пред биологичното производство е *периодът на конверсия*. В някои европейски страни конверсията на земите се поощрява от държавата, като производителят се ангажира за период от пет години и се подпомага под формата на субсидия (Австрия, Дания, Франция и др.). Тези субсидии могат да бъдат за сметка на Европейския съюз, част от тях може да поеме държавата и/или местната власт.

Централна и Източна Европа

В някои държави от Централна и Източна Европа (Полша, Унгария и Литва) държавата до скоро *подпомагаше* биологичното земеделие чрез средствата на европейски предприсъединителни фондове. Тази помощ се изразява в заплащане на консултации, членски такси, цените на анализите и сертификатите или в средства отпуснати за специална техника. Предлагат се и ежегодни програми за директно субсидиране на биологичните стопанства.

Северна Америка

В САЩ биологичното земеделие *не се субсидира директно*, но са създадени механизми за неговото стимулиране и по-специално за малките производители, които са основата на това производство в страната. Такава преференция е правото да се освободят от акредитация производители на биологични продукти, чиито годишен брутен доход е под 5 000 USD.

Популяризиране на правилата за производство и на критериите за оценка на биопродукти

В много от страните в Европейския съюз и Америка организациите за биологично земеделие са се превърнали в центрове за популяризиране на биологичното производство. Тези организации провеждат периодично курсове за обучение на своите членове. В рамките на тяхната дейност се въвеждат изследователски програми и се развиват ефективни методи за разпространението на информация за тази

селскостопанска дейност. Много от тях издават свои списания, вестници, брошури и др. материали за популяризиране на биологичното земеделие, за предимствата свързани с опазване на околната среда и здравето на потребителите.

Търговия с биологични продукти от трети страни за Европейския съюз

Търговията с биопродукти, произхождащи от трета страна (т. е. извън ЕС) трябва да отговаря на *специфични изисквания*, свързани с процедура за изпитване на еквивалентността ѝ с правилата, въведени в тази страна в областта на биологичното земеделие [18]. Тези правила трябва да предлагат гаранции, еквивалентни на тези от европейската регламентация. Изискванията визират *доверието* към пазара на биопродукти, както и *лоялната конкуренция* между производителите от общността и тези извън нея (от трета страна).

Изпитването цели най-вече да се покаже, че продуктът може да се реализира под етикета “биопродукт”. За да се установи еквивалентността, Европейската комисия задълбочено разглежда регламентацията на въпросната трета страна в областта на правилата, които се прилагат за биопродуктите. Въз основа на това оценяване е съставен списък на страните, които могат да внесат в общността биологични продукти. По своя молба, дадена страна може да бъде включена в този списък, ако покаже, че храните са произведени по стандарти, еквивалентни на приетите в общността и са подложени на контрол, еквивалентен на този, необходим за продуктите, произведени в Европейския съюз. Изисквания са приети за да се гарантира, че качеството на внесените биологични продукти е същото като това на продуктите, произведени в съответната европейска страна.

В актуализирания списък са следните страни: Аржентина, Австралия, Чешка Република, Унгария, Израел и Швейцария. За други страни, извън този списък, внасяните партии трябва да се придружават със *сертификат за контрол*, издаден от трета страна, който да удостоверява, че партидата е произведена според правилата за производство и инспекция, чиято еквивалентност е призната.

Паралелна система ще бъде въведена до 2005 г., която ще позволява на страните-членки да издават *разрешителни за внос* за партии, с произход от трети страни, които

не фигурират в списъка на общността, съставен от Комисията. Отново се стига до това, вносителят да докаже, че въпросните продукти са получени по правилата за производство, еквивалентни на тези, установени от европейската регламентация и са били подложени на инспекция, с ефикасност, еквивалентна на тази, която се извършва в общността. Страните-членки уведомяват Комисията и другите страни за продуктите, получили разрешително за внос.

Тази система показва изключителното значение на специфичните продукти, контролирани на местно и регионално ниво, произхождащи от страни, в които биопроизводството не е поставено в рамките на национална нормативна база или е обобщено заедно с цялостната селскостопанска продукция [9].

3.2. ПРОИЗВОДСТВО НА БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ В ЕВРОПА

Европейски Съюз и страни членки на EFTA

Биологичното земеделие е най-динамичния селскостопански сектор в Европейския съюз (ЕС). Между 1993 г. и 1998 г. то се развива с годишен ръст от 25 %, но в действителност не съставлява повече от 2 % от селскостопанското производство на общността или 3 % от обработваемите площи (фиг. 3). Тези площи се обработват от около 130 290 ферми, които съставляват 1.86 % от фермите в ЕС [19]. Между страните в Европейския съюз, Германия следвана от Австрия са обработвали най-много биологични площи през 1993 г. През 2000 г. са настъпили промени - лидерът в ЕС вече е Италия, следвана от Германия и Великобритания. За периода 1993 – 2000 г. площите, обработвани по методите на биологичното земеделие в ЕС са се увеличили с 439 %. Най-висок е ръстът в южно- европейските страни, където това земеделие не е било популярно преди 90-те години. Между 1993 г. и 2000 г. в Гърция и Испания площите, заети с биологично производство са се увеличили съответно повече от 4 000 % и 3 000 %.

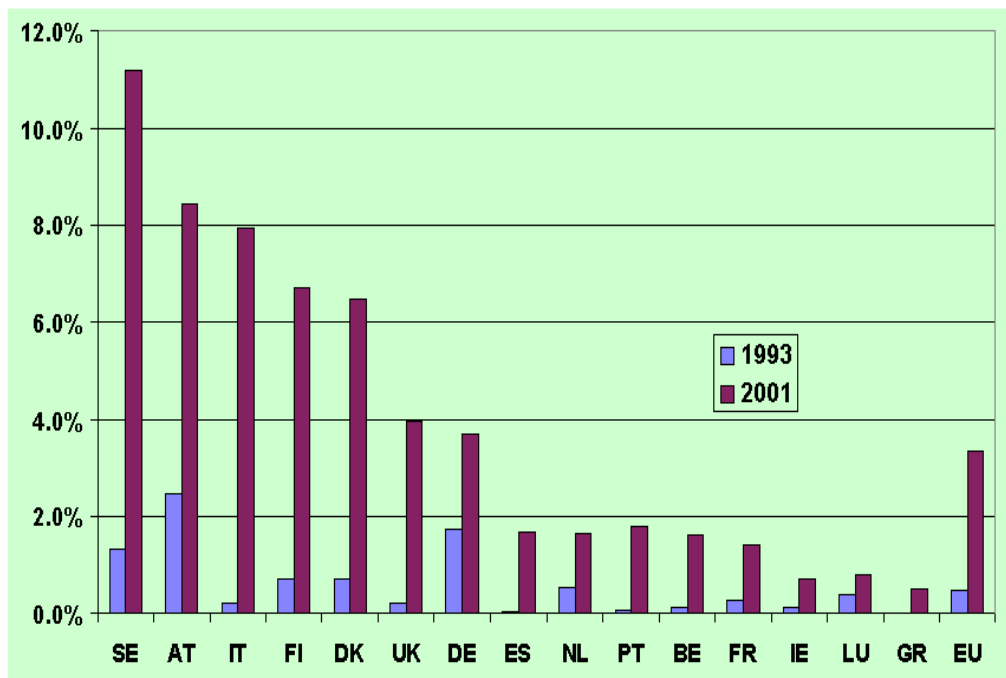
Таблица 1. Обработвани площи по методите на биологичното производство през 1993 г. и 2000 г.

Страна	Селскостопански площи с биологично производство (площ в хектари)		2000 г. като процент от 1993 г.
	1993 г.	2000 г.	
EU	701 370	3 778 226	539
AT	135 982	271 950	200
BE	2 179	20 263	930
DE	246 461	546 023	222
DK	20 090	165 258	823
ES	11 675	380 920	3 263
FI	20 340	147 423	725
FR	87 829	371 000	422
GR	591	24 800	4 196
IE	5 460	32 355	593
IT	88 437	1 040 377	1 176
LU	497	1 030	207
NL	11150	27 820	250
PT	3 060	50 002	1 634
SE	36627	171 682	469
UK	30 992	527 323	1 701
EFTA			
CH	20 800	91 301	439
NO	3 778	20 523	543

Забележка: EU - Европейски съюз, AT - Австрия, BE - Белгия, DK - Дания, DE - Германия, ES - Испания, FI - Финландия, FR - Франция, GR - Гърция, IE - Ирландия, LU - Люксембург, IT - Италия, NL - Холандия, PT - Португалия, SE - Швеция, UK - Великобритания, European Free Trade Association (EFTA) - Европейска асоциация за свободна търговия, CH - Швейцария, NO – Норвегия.

В този контекст е интересно да се разгледа делът на площите, заети с биологично производство от общо обработваемата земя в същите страни (фиг. 4). Въпреки динамичния растеж само малък процент (2.9 %) от обработваемите площи в ЕС са заети с биологично производство. Dabbert и колектив [20] отчитат голямата

разлика между отделните страни. Австрия е запазила лидерската си позиция от 1993 г. Следва Италия с ръст от 6.8 %, което се дължи на силно развитото биологично производство в Южна Италия и държавното стимулиране в тези области.



Фиг. 4. Делът на площите обработвани по биологични методи, отнесен към общо обработваемите площи през 1993 г. и 2000 г.

Количествата на *биологичните растителни продукти* произведени през 2000 г. в отделните страни на ЕС и страните от EFTA са дадени в таблица 2. Най-големите европейски производители на биологични зърнени храни са Италия и Германия. Най-много биологични маслодайни култури произвеждат Германия и Франция, което се дължи на специфичните климатични дадености. В производството на маслини доминират Италия, Испания и Португалия.

Лидер при производството на биологични картофи и пресни зеленчуци е Германия. Голямо е производството на пресни биологични зеленчуци в Испания, Франция и Холандия. Пресни плодове се произвеждат най-много в Италия - 70 % от производството на плодове в ЕС. Във винопроизводството доминира отново Италия с 53 % от производството на вино от биологично грозде в ЕС.

Таблица 2. Производство на биологични растителни продукти през 2000 г. (тонове).

Страна	Житни растения	Масло-дайни култури	Маслини	Картофи	Зеленчуци	Плодове (вкл. ядки)	Вино (hl)
EU	1 623 776	47 025	344 184	326 326	595 792	777 997	1733 633
AT	94 000	2 200	-	30 000	32 000	8 500	33 000
BE	10 700	330	-	10 400	9 500	3 400	-
DE	380 000	22 000	-	120 000	130 000	50 000	100 000
DK	110 000	1 800	-	30 000	33 850	420	-
ES	61 187	н.д.	98 107	н.д.	59 493	101 762	291 716
FI	101 000	1 100	н.д.	8 100	9 000	1 500	-
FR	100 500	17 700		40 000	100 000	40 000	384,000
GR	4 000	н.д.	500	220	10 000	800	10,000
IE	1 900	н.д.	н.д.	4 600	1 700	180	-
IT	544 924	н.д.	195,095	н.д.	52 375	546 088	910 470
LU	1 800	5	н.д.	200	20	10	3
NL	9 400	265	н.д.	21 000	83 000	4 500	-
PT	46 398	н.д.	50,482	н.д.	7 825	14 532	4 444
SE	120 000	1 200	н.д.	27 306	17 529	680	-
UK	37 967	425	н.д.	34 500	49 500	5 625	-
EFTA							
CH	10 955	950	-	15 000	21 285	3 171	728
NO	3 500	н.д.	-	2 000	1 500	400	-

Забележка: н.д - няма данни.

Биологичната животинска продукция през 2000 г. е отразена в таблица 3. В производството на биологично мляко фаворити са Австрия, Дания и Германия. Те произвеждат повече от 70 % от биологичното мляко в ЕС. Най-голямата концентрация на ферми, произвеждащи биологично мляко е района на Salzburger в Австрия и кантона Graubunden в Швейцария, където повече от една трета от обработваемите площи се ползват за биологично производство. Германия е най-големия производител и на биологично свинско, телешко и овче месо, а заедно с Франция произвеждат и най-много такова птиче месо. Биологични яйца произвеждат най-много Франция, Германия и Великобритания.

При сравнение на биологичното с конвенционалното производство, трябва да се отчита, че то е много по-малко интензивно и, че добивите са между 50 - 90 % по-ниски от конвенционалните. Съществен е фактът, че повечето биологичните стопанства са концентрирани главно в по-малко предпочитаните области на Европа, с по-нисък добивен потенциал, където и броят на животните на хектар е по-малък от конвенционалния начин на производство.

Таблица 3. Биологично производство на животинска продукция през 2000 г. (тонове).

Страна	Мляко	Говеждо месо (вкл. телешко)	Овче и козе месо	Свинско месо	Домашни птици	Яйца (млн. бр)
EU	1 788 247	71 210	7 967	32 516	13 329	1 120
AT	470 000	10 000	1 500	2 500	450	50
BE	22 700	800	144	313	206	9
DE	370 000	40 000	2 640	17 406	4 000	200
DK	444 000	4 500	200	3 600	600	179
ES	4 245	3 775	1 100	771	0	14
FI	21 960	900	115	1 100	24	11
FR	144 000	4 000	855	1 300	5 040	352
GR	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	3	1
IE	3 000	1 000	250	н.д.	н.д.	н.д.
IT	32 500	220	н.д.	200	1 850	38
LU	1 000	50	8	63	18	1
NL	90 000	1 200	250	2 200	525	30
PT	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
SE	98 842	3 057	194	1 600	15	35
UK	86 000	1 708	711	1 463	598	200
EFTA						
CH	170 000	4 912	646	1 425	141	26
NO	13 417	220	240	24	н.д.	5

Забележка: н.д. – няма данни

В заключение, средно в ЕС делът на растителни и на животински биологични продукти е между 0.8 % и 2.3 % от общото производство. Прави впечатление твърде голямото различие между отделните страни и сравнително ниския процент на биологичното производство, дори в продуктови групи със слаби възпиращи фактори за конверсия.

Въпреки отбелязания сравнително нисък относителен дял на биологичното производство, то се развива твърде динамично. Главните *причини* за това са *субсидиите*

за въвеждане на биологично земеделие, създаване на програми за защита на околната среда в земеделието, благоприятните условия за преход към биологични пасищни ферми и търсенето на такива продукти на пазара. Тези процеси се стимулират и регулират от аграрната политика на Европейския съюз. На конференцията “Биологичните храни и земеделието – партньорство и действие” в Дания (10 – 11.05.2001г.) аграрните министри на 12-те страни членки обсъдиха възможностите за създаване на план за действие на биологичното земеделие. Приетата декларация бе подкрепена от Международна федерация на движенията за биологично земеделие (IFOAM), членовете на европейската асоциация на фермерите и асоциацията на потребителите. В тази връзка Европейската комисия по земеделие разработва първия план за действие на биологичното земеделие в Европейския съюз, който ще бъде готов в средата на 2004 г.

Централна и Източна Европа

Първата биологична ферма в Централна и Източна Европа се създава в Унгария през 1983 г., където започва дейността си и организацията “Биокултура”. Две години по късно, през 1989 г. в Полша, с помощта на немски експерти, се основава Асоциация за органично земеделие, наречена “Ekoland”.

Преходът към функционираща пазарна икономика доведе до развитие на биологичното земеделие и в другите страни от Централна и Източна Европа. В края на 1994 г. чрез т. нар. “втора вълна”, се създадоха много биологични организации в бившите социалистически страни, сред които и България. В таблица 4 са показани обработваемите площи, заети с биологично производство и броят на биологичните стопанства в страните от Централна и Източна Европа по данни от проучването на SOEL/FiBL от февруари 2003 г.

Таблица 4. Обработваеми площи, заети с биологично производство и брой на биологичните стопанства в страните от Централна и Източна Европа.

Страни	Стопанства с биологично производство /брой/	Процент от всички стопанства	Площи с биологично производство /хектари/	Процент от обработваемите площи в страната
България	50		500	
Естония	369	0.20	20,141	2.00
Латвия	225		20,000	0.79
Литва	393		8,780	0,3

Полша	1787	0.07	44,886	0.30
Румъния	120		18,690	0.20
Словакия	82		58,706	2.40
Словения	1150		15,000	0.67
Унгария	1040		105,000	1.80
Хърватска	18		120	
Чешка република	654	2.37	218,144	5.09

По данни на SOEL/FiBL – Survey, February 2003

От държавите в Централна и Източна Европа впечатление прави Чешката Република с ръст от 2.3 % между 1993 г. и 2000 г., резултат по-голям от постиженията на много страни от ЕС.

Отделните държави, търсят различни решения за регулиране на този вид селскостопанска дейност. Някои от тях (Чешка република, Унгария, Полша, Русия и Словакия) са създали Национални стандарти на основа на международните норми и Европейските регламенти в тази област. Други страни, сред които и България, разработват начини за държавно регулиране с помощта на закони, наредби, задължителни правила и др. Смята се, че тази система ще ускори развитието на биологично земеделие, хармонизирано с Европейските изисквания, като се използва значимо финансово подпомагане. В страните от Централна и Източна Европа, планиращи присъединяване към Европейския съюз, подпомагането на биологичното земеделие в голяма степен е и резултат от успешното усвояване на предприєдинителните фондове. За съжаление, макар предвидени в националното законодателство, отпуснатите субсидии са много малко, а в други страни, не съществуват.

Крайната цел на всяка страна от Централна и Източна Европа е да създаде *национален орган* с отговорност за контрола и сертификацията на продуктите, произведени по биологичен начин. По своята същност това е свързано със сложен, скъп и продължителен процес на акредитация на съответния контролен орган. Опитът показва, че съществуват редица трудности при създаване на национална система за контрол. За сега само две страни (Чехия и Унгария) са започнали тези процеси и присъстват в списъка, съставен от Европейската комисия за внос на биологични продукти от т. нар. *“трети” страни*.

За да компенсират нуждата от компетентен национален орган за контрол и сертификация, производителите от тези страни прибегват до услугите на известни европейски сертифициращи агенции.

3.3. ПАЗАР НА БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ В ЕВРОПА

Европейски съюз и страни членки на EFTA

Пазарът на биологични продукти в *Европейския съюз* през последните години бележи значително развитие. Днес повече от половината от световното производство на биологични продукти се реализира на европей

ския пазар. Това не означава, че е постигнат финала на това увеличение, тъй като конкуренцията между отделните страни в Европа се увеличава. Главните двигатели на този стабилно развиващ се пазар са задължителните изисквания за много вериги за търговия на дребно, както и подходящите законови рамки. Наред с това се създадени и условия за балансиране на търсенето и предлагането. Приемането на европейските биологични стандарти улесни търговията на тези продукти. По този начин проблемите свързани със свръхпроизводството в някои страни може лесно да се разрешат чрез възможности за износ в рамките на общността.

Макар, че заетата с биологично земеделие площ в Европа е едва 3 % и пазарният дял на този вид продукти не надвишава 1-2 %, биологичното земеделие вече заема важно място в икономиката и живота на Европа. Сред европейските страни Германия има най-голям биопазар със стойности на продажбите около 2.5 млрд. EUR. Дания и Швейцария са безспорни лидери по отношение на консумацията на биологична продукция на глава от населението. Разликата в развитието на националните пазари е функция на различните етапи от степента на развитие на биоземеделието в отделните страни. В страни като Португалия и Гърция, биологичният пазар е в начален стадий на развитие. В Италия, Франция и Великобритания през последните години се наблюдава първа фаза (“бум”) на маркетинга на биологичното производство. Сравнително развитият биологичен пазар на Австрия, Швейцария, Дания и Швеция, през последните години се характеризира със стабилност, като тези високи нива се поддържат от активни правителствени действия и националните лидери на веригите за търговия на дребно.

Въпреки, че потреблението на биологични продукти се увеличава, техният относителен дял на европейския пазар остава нисък от 0,2 % за свинското месо до 2,3 за биологичните плодове [21].

В таблица 5, където е отразена консумацията на *биологични растителни продукти* през 2000 г. се вижда, че най-големите потребители на биологични зърнени храни са били Германия и Италия. Двете страни са и най-големите производители на тези продукти в ЕС. Най-много биологични картофи произвеждат и консумират в Германия, Франция и Великобритания. 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. Основната зависимост, която се наблюдава за консумацията на почти всички биологични растителни продукти е, че страните с най-високата консумация са и най-големите производители на тези продукти. По този начин националният излишък или дефицит би могъл да се разпредели чрез износ или внос.

Таблица 5. Консумация на биологични растителни храни през 2000 г., (тонове).

Страна	Житни растения	Маслодай-ни култури и маслини	Картофи	Зеленчуци	Плодове (вкл. ядки)	Вино (hl)
EU	923 211	67 027	269 835	534 907	354 055	606 316
AT	55 000	2 500	16 600	27 200	15 800	14 000
BE	8 700	н.д.	12 800	8 000	6 000	н.д.
DE	208 000	20 000	84 000	158 000	68 500	207 000
DK	70 000	1 350	22 300	23 772	3 300	3 000
ES	4 188	н.д.	н.д.	10 455	11 982	51 830
FI	17 100	540	5 060	12 500	2 000	50
FR	88 885	н.д.	40 000	98 000	45 000	114 000
GR	2 400	н.д.	100	6 000	н.д.	5 800
IE	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
IT	335 939	н.д.	н.д.	26 103	145 444	210 000
LU	1 475	-	225	120	60	10
NL	8 000	н.д.	22 000	30 000	4 100	н.д.
PT	н.д.	36 637	н.д.	7 010	12 795	н.д.
SE	45 000	6 000	19 150	14 147	4 574	626
UK	78 524	-	47 600	113 600	34 500	н.д.
EFTA						
CH	40 437	2 146	11 535	21 545	6 952	2 353
NO	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.

Забележка: н.д. - няма данни

В таблица 6 е представено потреблението на *биологични животински продукти* през 2000 г. Както се очаква консумацията на мляко доминира над всички останали

стокови групи. Германия, Австрия, Дания, Франция, Великобритания и Швейцария консумират общо над 100 000 тона мляко. Повече от половината продадено мляко в ЕС е консумирано от Австрия, Германия и Франция. Европейският пазар на биологично месо е ограничен. През 2000 г. Германия е била най-големият потребител на биологично месо, а заедно с Франция са най-големите консуматори на птиче месо. Потреблението на биологични яйца е било най-голямо в Германия, Франция и Великобритания. С изключение на овчето и козето месо, най-малка е консумацията на биологични животински продукти в Испания.

Таблица 6. Консумация на биологични животински храни през 2000 г.,(тонове).

Страна	Мляко	Говеждо месо (вкл. телешко)	Овче и козе месо	Свинско месо	Домашн и птици	Яйца (мил. бр)
EU	986 566	45 866	5 032	28 533	10 908	920
AT	171 000	3 600	300	1 520	400	38
BE	20 000	950	120	270	200	12
DE	240 000	27 100	1 395	16 336	3 690	230
DK	132 000	2 834	160	2 950	425	97
ES	1 115	488	1 100	0	0	6
FI	9 820	720	110	1 100	9	9
FR	145 000	4 600	670	890	3 150	230
GR	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	3	1
IE	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
IT	40 800	390	н.д.	265	1 350	53
LU	775	40	8	68	13	2
NL	75 250	1 740	450	1 970	357	38
PT	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
SE	46 806	1 285	96	951	13	22
UK	104 000	2 119	623	2 213	1 298	182
EFTA						
CH	130 140	2 273	98	1 375	119	27
NO	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.

Забележка: н.д. - няма данни

В заключение може да се каже, че потреблението на биологични продукти в страните от ЕС и EFTA е твърде различно - там където производството на тези продукти се увеличава, нараства и тяхната консумация.

Използват се различни търговски канали на доставка, като най-висок е процентът на продажби в магазините за хранителни стоки. Може да се обобщи, че

страните, където повечето продукти се търгуват в супермаркетите са също и страните, където биологичния пазар е най-голям. В много страни, вкл. и Швейцария, повече от 70 % от биологичната продукция се продава чрез многобройните вериги за търговия на дребно. Въпреки значителното нарастване на веригите за търговия на дребно като основен поток за продажба на биологични продукти, магазините за натурални продукти не са изгубили своето значение. В повечето от европейските страни веригите от специализирани магазини се възползват от това и продажбите нарастват.

В последните години прогреса на търсенето и предлагането на европейския биопазар е относително балансирано. От една страна, могат да се открият ясно експортно ориентирани страни, като Италия и такива, при които биопазарът е зависим от вноса на този вид продукция, напр. Великобритания. Днешната ситуация показва, че тези крайности на търсене-предлагане вече се саморегулират. Във Великобритания се забелязва ясна тенденция към нарастване на задоволяването със собствени биологични продукти, докато в Италия се прогнозира все по-голямо нарастване на търсенето в страната.

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 месо. Значителна ценова разлика има и между отделните съседни страни. Това показва, че липсва прозрачност на пазара на биологични продукти. В страните с ниски цени на конвенционалните продукти се забелязват и по-ниски цени на биологичните им аналози. Дистрибуционните канали също оказват влияние на 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, в които биологичните продукти се продават в специализирани магазини.

Hamt и колектив [21] установяват, че в страните с най-голям пазарен дял на биологични продукти (Дания, Австрия и Швейцария), цената на биологичните продукти е с около 20 % по-ниска в сравнение с останалите страни от ЕС. Подпомагащ фактор за това е и по-ниската дистрибуционна цена, по-евтиния транспорт за по-големи обеми, включващи и конвенционалните храни.

Повечето от страните с големи пазарни дялове на биологични продукти имат широко разпространен национален знак, който потребителите разпознават твърде добре. Установено е, че разпознаването на биомаркировка варира от 2 % в Германия до 100 % в Дания. Това потвърждава, че въвеждането на единен национален знак за

биологични продукти е важен фактор за продажбите на тези храни. Добър пример за това са Дания и Швеция, където повече от 90 % от потребителите разпознават знака за биологични продукти.

Централна и Източна Европа

В биологичното земеделие производителите от страните от Централна и Източна Европа виждат възможност да извоюват пазарна ниша на преситения европейски пазар. Смята се, че те имат по-ниски разходи за производство и биха могли да произведат биологични продукти на сравнително по-ниски цени. От друга страна, това се превръща в основен проблем за повечето от тях: произведените биологични продукти не са предназначени за местния пазар и цените им са много високи за потребителите от тези страни. Разрешението се крие в бързото развитие и разширяване на вътрешния пазар на биологични продукти.

Страните, които днес наричаме страни от Централна и Източна Европа, се различават по географски, икономически, етнически и културни признаци. Въпреки това, те имат едно важно предимство – изключителният селскостопански потенциал на района.

При условие, че най-големите пречки за повечето страни, като липса на интерес и финансови възможности, бюрокрация и др., се преодолеят и правителствата подкрепят и ускорят процесите на промени в селскостопанското производство, то този район може да се превърне в главен източник на здравословните биологични земеделски продукти. В светлината на бъдещото разширение на Европейския съюз, те биха осигурили голям поток от биохрана към пазарите на Западна Европа.

БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ В БЪЛГАРИЯ

4.1. ХРОНОЛОГИЯ НА РАЗВИТИЕ НА БИОЛОГИЧНОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ В БЪЛГАРИЯ

- През 1996 г. се създава 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 посредством консолидиране на мрежи от биологични ферми. Основната дейност е свързана с обучение и помощ на земеделските производители по методите на биологичното земеделие, финансирана по линия на Споразумение за техническа помощ между България и Швейцария. Проектът работи с група от заинтересовани земеделски производители, които са на различен етап на въвеждане на биологично производство в своите ферми - 3 ферми имат сертифицирана биологична продукция, други 3 са в процес на конверсия, 25 са подали заявление за включване в процедура по сертификация;
- Фондация “Биоселена” стана инициатор за учредяването на кооперация “БИО БЪЛГАРИЯ” - маркетингова организация на производители, търговци и преработватели на биологични продукти, с основен предмет на дейност продажба на сертифицирани биологични продукти със собствена запазена марка, защита на техните интереси и взаимопомощ при реализация на продукцията. Кооперацията бе учредена през май 1999 г. от 22 физически лица, 90 % от които са фермери. В момента в нея членуват 45 фермери. Общото събрание на кооперацията обсъди и прие Стандарти за производство, преработка и търговия с хранителни продукти от биологичен произход.

В настоящия момент не съществува официална статистика за производствените площи, културите, производителите на биологични продукти и храни в България. По данни на Швейцарския Изследователски институт за биологично земеделие (FiBL) от септември 2002 г. в страната се обработват 500 хектара и има 50 производствени стопанства, като се отглеждат основно биологични мента, лавандула, фуражни култури, картофи, оранжерийни зеленчуци и др.

4.2. ХАРМОНИЗАЦИЯ НА БЪЛГАРСКОТО С ЕВРОПЕЙСКОТО ЗАКОНОДАТЕЛСТВО ЗА БИОПРОДУКТИ

От 2001 г. в България действат два основни документа, които разглеждат специалните изисквания за производство и означение на биологични продукти от растителен и животински произход:

- ***Наредба № 22 на Министерството на земеделието и горите за биологичното производство на растения, растителни продукти и храни от растителен произход и неговото означаване върху тях;***
- *Наредба № 35 на Министерството на земеделието и горите и на Министерството на околната среда и водите за биологичното производство на животни, животински продукти и храни от животински произход и неговото означаване върху тях.*

Наредбите изцяло възпроизвеждат принципите на Европейското законодателство (Регламент № 2092/91 и № 1804/99) за начините на производство и преработка, маркировката и контрола на биологичното земеделие. От 13 февруари 2002 г. в страната вече функционира предвидената в наредбите *Комисия по биологично земеделие* от 15 члена, в чийто състав са включени трима представители на Министерството на земеделието и горите, по един на Министерството на околната среда и водите, Министерството на икономиката, Министерството на здравеопазването, Изпълнителната агенция “Българска служба за акредитация” (ИАБСА) и по един представител на организации на производители, на преработватели, на потребители и на търговци на продукти, произведени по биологичен начин.

Български сертифициращи органи за контрол на съответствието със системата за биопроизводство

През 2002 г. беше открита процедура, според изискванията на Наредбите за биологичното земеделие, за определяне на контролен орган, притежаващ сертификат за акредитация, издаден от ИАБСА, с който се удостоверява съответствието с изискванията на БДС EN 45 011. От м. юли 2003 в страната е одобрен сертифициращ орган за контрол на биологичното производство.

Признаване на българския сертификат в Европейския съюз

Според правилата, залегнали в европейските регламенти, за страните извън Общността, не съществува автоматично признаване на националните сертификати за биологично производство. За да може един биологичен продукт, произведен от страна извън Европейския съюз (т. нар. трета страна) да бъде внесен на европейския пазар, то страната производител трябва да фигурира в списъка, съставен от Европейската комисия. За други страни, извън този списък, внасяните партии трябва да се придружават със *сертификат за контрол*, издаден от трета страна, който да удостоверява, че тази партия е произведена според правилата за производство и инспекция, чиято еквивалентност е призната.

Маркировка на биологичните продукти

При етикетирането и рекламата на българските продукти от биологичното производство може да се използва специално създадения и предвиден в нормативните документи *български знак за биологично производство* (фиг. 5). Растенията, животните, продуктите от тях и храните от растителен и животински произход, произведени по биологичен начин, могат да носят и знака на контролния орган и/или името на лицето, осъществило контрола. Учредени са и някои частни знаци за този вид продукти (БИОБЪЛГАРИЯ или “Зелена ябълка”).



Фиг. 5. Български знак за биологично производство

Днес в България, върху етикетите на продуктите могат да се срещнат най-различни означения - “екологични”, “екологично чисти продукти”, “биологични”, “органични”, “органично чисти” и др. За съжаление, това води до сериозно объркване сред потребителите, които не могат да се ориентират в маркировката.

Стимулиращата роля на държавата за развитието на биопроизводство

До сега не могат да се открият конкретни държавни дейности, свързани със стимулиране и подпомагане на този тип производство. Важен инструмент в тази насока е бъдещото прилагане на дейностите, предвидени в *мярка 1.3.* на Националния план за развитие на земеделието и селските райони, които ще се финансират чрез програмата САПАРД. Финансовите помощи по тази програма за сега са само на проектно ниво. Очаква се *мярка 1.3.* “Развитие на селскостопански дейности, целящи опазване на околната среда” да бъде акредитирана до края на 2004 г.

Популяризиране на правилата за производство и на критериите за оценка на биопродукти

Успоредно с мерките, които предприема Комисия по биологично земеделие за популяризиране на двете наредби и възможностите за подпомагането му по *мярка 1.3.* “Развитие на селскостопански дейности, целящи опазването на околната среда”, могат

да се отбележат и усилията на някои организации на производителите, които също полагат усилия за разпространение на идеята за биологичния начин на производство в страната.

За съжаление, у нас се чувства липса на информация, свързана с този вид производство, неговото сертифициране, контрол и означаване. Това от своя страна води до объркване и сред българските потребители, които също имат нужда от информация за начина на производство и отличаването на стоките от този тип.

ПРОУЧВАНЕ НА БИОЛОГИЧНОТО ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ В БЪЛГАРИЯ

Сред основните цели на разработвания проект е да се изследват проблемите на българския производител и на тенденциите в предпочитанията на българския потребител към продуктите от биологичното производство.

Предишни проучвания

От направеното литературно проучване беше установена липсата на информация за изследвания на проблема.

В проведеното емперично социологично проучване в 67 земеделски стопанства от екип на Института по аграрна икономика [22] се посочва, че половината от анкетиранияте предпочитат да консумират биологични храни, независимо от цената им, а 32.8 % - при условие, че цената им не надвишава 20 %, спрямо обикновените храни.

Може да се заключи, че проблемите на биологичното производство и консумацията на биохрани до сега не са били обект на цялостно изследване.

5.1. ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ НА БЪЛГАРСКИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛ НА БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ

Цел на проучването

В рамките на разработвания проект беше проведено анкетно проучване за нагласата за биологично производство в представителна група от производители на хранителни стоки, сред които има вече сертифицирани биопродукти.

Методика

За целите на изследването е използван метода на анкетното проучване под формата на анонимни интервюта по стандартизирани анкетни карти. При провеждане на проучването от интервюираните лица се изискваше да отговорят на няколко въстпителни въпроси (вид производство, брой на заетите в производството, пазари и др.), както и на основните проблемни въпроси, свързани с биологичното производство. Проучването беше осъществено през периода от м. май до м. септември 2003 г. Анкетирани бяха общо 432 български производители.

При статистическия анализ на данните е използвана програмата SPSS за Windows. За определяне на корелационните зависимости е използван V-коефициентът на Крамър при ниво на значимост $\alpha \leq 0.05$ [19, 23].

Обем и обхват на изследването

Като подходящи за проучването бяха избрани производителите на млечни и месни продукти, зеленчуци, плодове и продуктите от тяхната преработка, пчелен мед, както и фирми от винарската промишленост. Анкетирани са общо 432 производители (таблица 7), от които само 41 (9.5 %) са представители на групата на реално занимаващи се с биологично производство.

Таблица 7. Разпределение на анкетираниите, според вида на производството.

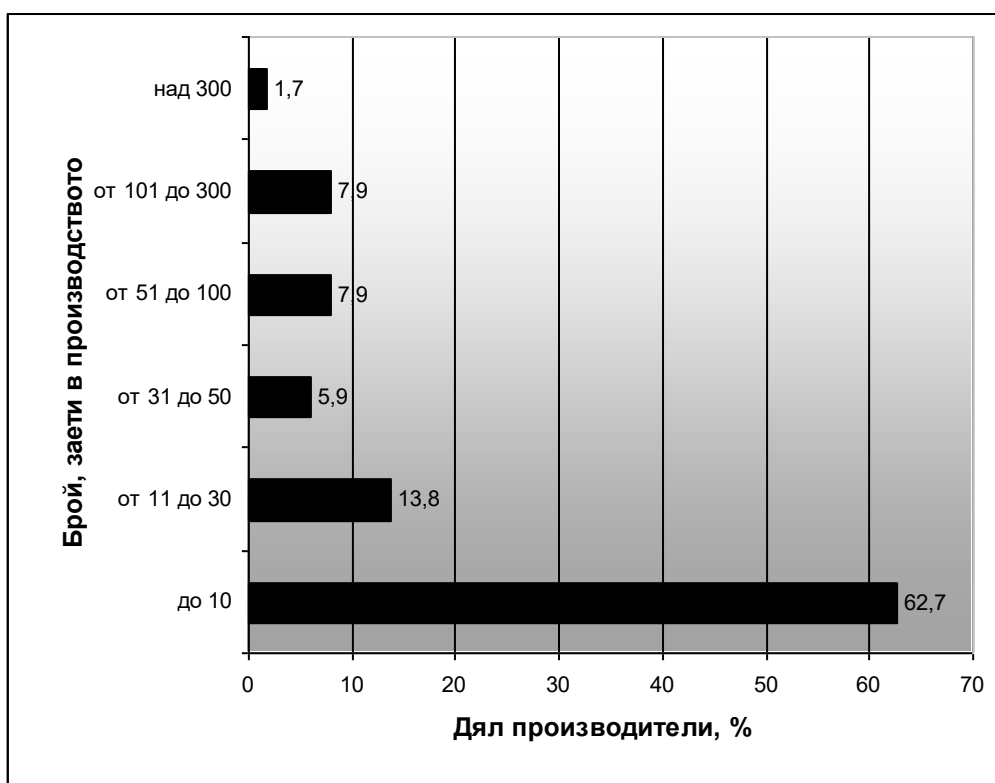
Вид производство	Брой анкетирани	Относителен дял, (%)
Пчеларство	190	44.0
Зеленчуци, плодове и продукти от тяхната преработка	84	19.4
Мляко и млечни продукти	60	13.9

Вино	44	10.2
Месо и месни продукти	35	8.1
Животновъдство	31	7.2
Друго	25	5.8
Биологични производители	41	9,5

Забележки:

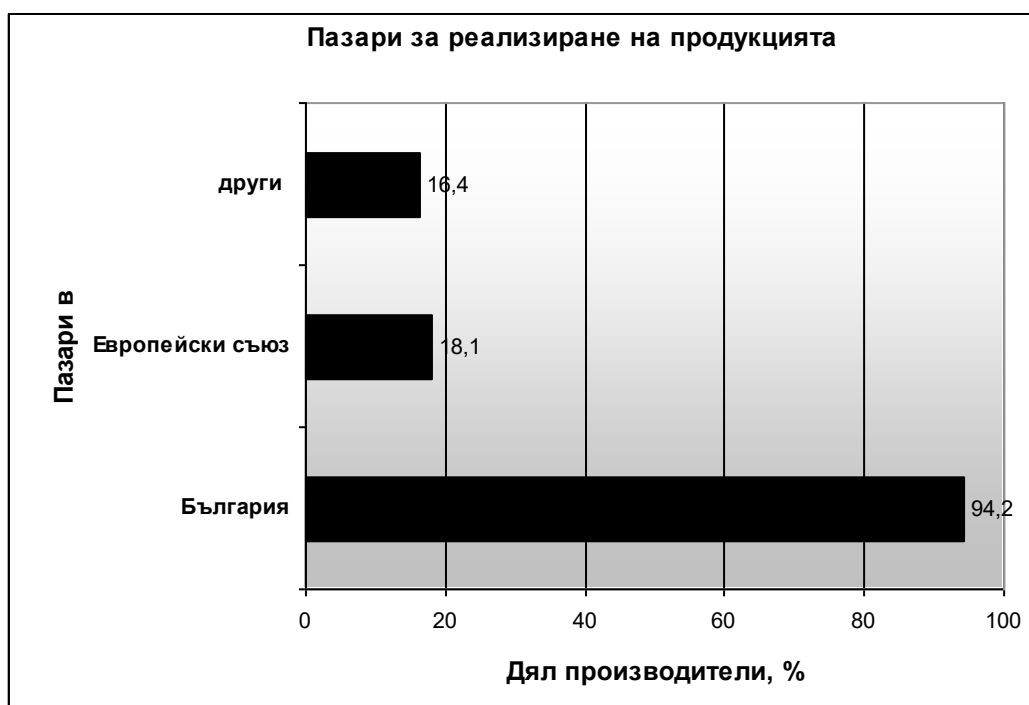
1. Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.
2. В графа “Друго” анкетираните лица са дали следните отговори: “десертно нишесте, подправки, сладолед” – 1 лице; “консултантска фирма” – 1 лице; “общо земеделие” – 1 лице; “риборазвъждане” – 1 лице; “хлебопроизводство” – 2 лица; “билки” – 1 лице; “ветеринарно-медицинска служба” – 1 лице.

Разпределението на анкетираните производители, според броя на заетите в производството е представено на фиг. 6. В проучваната група преимуществено присъстват малки фирми, в които работят от 1 до 10 човека. Ако към тях се прибавят и фирмите с числен състав на работещите от 11 до 30 души, може да се обобщи, че в анкетираната извадка преобладават малките производствени предприятия (76.5%). Групата на пчеларите, участващи в проучването, категорично потвърждава горното разпределение - 96.5 % от тях попадат в сегмента “до 10 човека, заети в производството”. Отклонение от това описание се наблюдава при производителите на вина, млечни и месни продукти, при които делът на малките производствени предприятия (до 30 заети в производството) не надвишава съотв. 31.0 %, 56.1 % и 34.3 %.



Фиг. 6. Разпределение на анкетираните производители, според броя на заетите в производството.

Проучваните от нас производители реализират продукцията си главно на българския пазар (94.2 %). Едва 18.1 % от тях изнасят хранителни стоки на европейския пазар и 16.4 % - в страни, извън Европейския съюз (фиг. 7). Изключение правят винопроизводителите, 77.3 % от които заявяват, че изнасят на пазари в Европейския съюз и 59 % от тях – на други чужди пазари. При анализа на данните беше установено, че 92.9 % от малките производители (до 10 души заети в производството) не реализират продукцията си на европейските пазари, докато 85.7 % от заявителите, че изнасят на тези пазари, имат численост на заетите в производството над 300 души ($V=0.48$). Подобна зависимост е намерена и за износителите на чужди пазари, извън Европейския съюз - 96.9 % от производителите с числен състав на заетите в производството до 10 човека и 76.8 % - до 30 души декларират, че не изнасят на тези пазари, а 100 % от тези с численост над 300 души потвърждават, че осъществяват такъв износ ($V=0.57$).



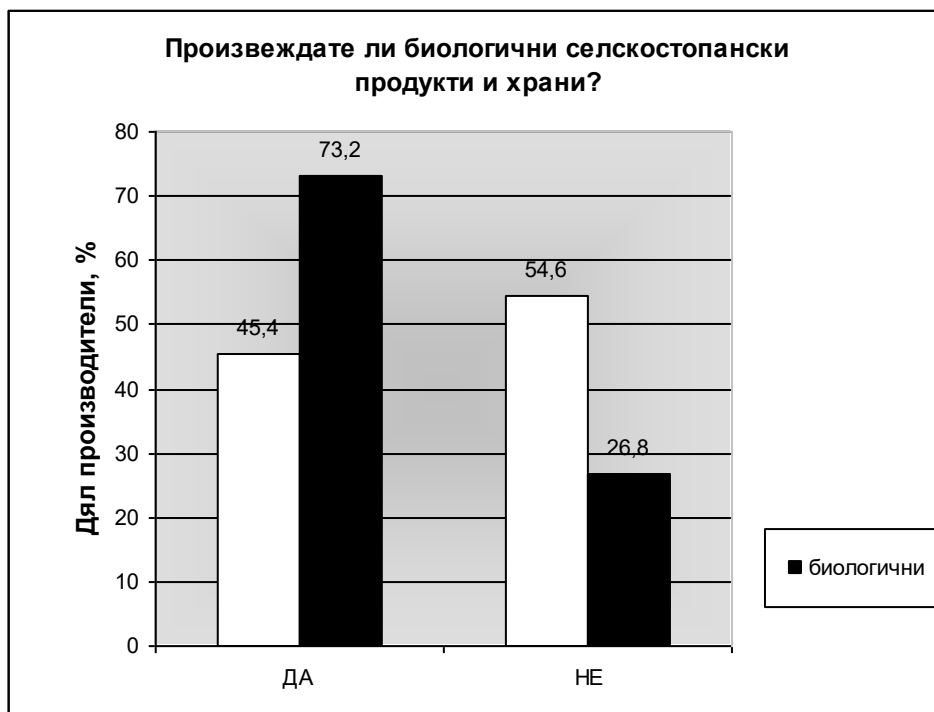
Фиг. 7. Разпределение на пазарите, на които се реализира продукцията на анкетираните български производители.

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

Понятие за биологично земеделие

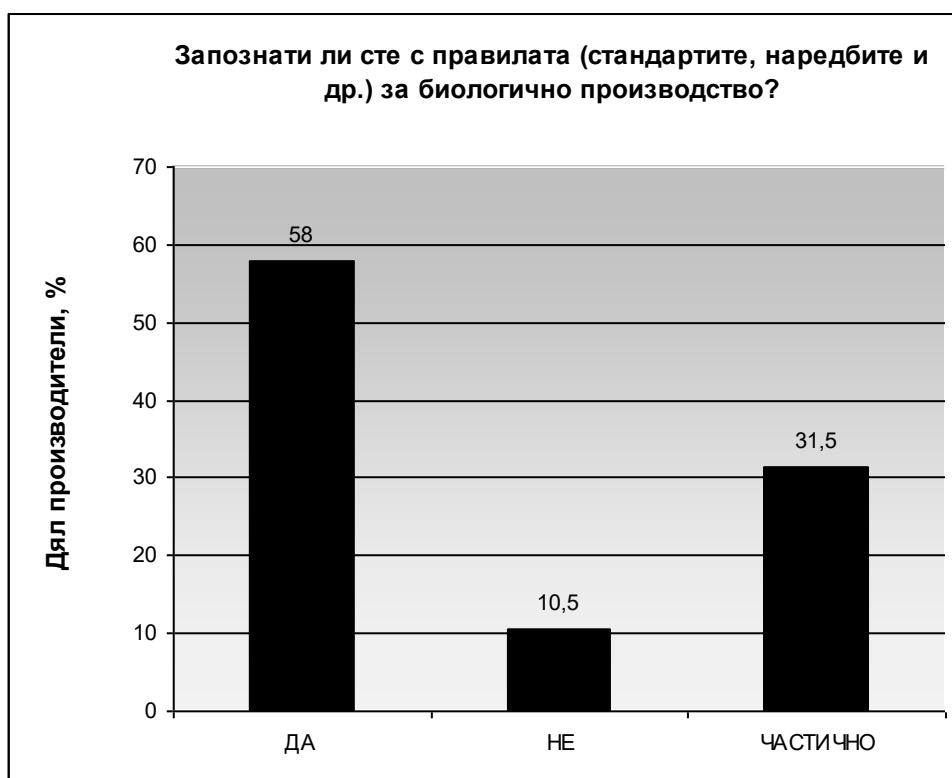
На въпроса “Произвеждате ли биологични селскостопански продукти и храни?”, 45.4 % от запитаните са отговорили с “ДА” и 54.6 % - с “НЕ” (фиг. 8). Интересно е да се проследят отговорите в групата на производителите на вина и млечни продукти, където заявили, че произвеждат биопродукти са съответно 61.4 % и 60.0 %. Само 26.8 % от анкетираните реално занимаващите се с биопроизводство отговарят, че не произвеждат. Този резултат може да се обясни с факта, че не всички производители от тази група са сертифицирали своята продукция. Отчитайки, че реалният дял на биопроизводители в анкетната извадка е само 9.5 % то, налице е неправилно възприемане на понятието биологичен продукт. Половината от анкетираните лица имат погрешна представа, че произвеждат биологична (“екологично чиста”) продукция, защото не използват или използват в незначителни количества пестициди и химични торове. Това показва, че съществува погрешна представа за

биологичното производство, далеч от идеята за устойчиви селскостопански практики.



Фиг. 8. Производство на биологични продукти.

От фиг. 9 се вижда, че 58.0 % от анкетираните декларират, че са запознати с правилата (стандартите, наредбите и др.) за производство на биологични продукти, 31.5 %, че са частично запознати и едва 10.5 %, че не са запознати с тези правила. Най-висок процент на запознатите и частично запознатите закономерно се отчита в групата на производителите, реално занимаващи се с биологично производство – общо 97.5 %.



Фиг. 9. Понятие за биологично производство.

Проверка на основните познания на производителите за биопроизводството

В рамките на изследването бяха проверени основните познания на производителите за биологичното производство, оценявайки техните отговори на кратък тест (табл. 9). Той се състои от три базови твърдения за този вид производство, верността на които анкетираните могат да потвърдят, отхвърлят или да декларират, че не знаят отговора.

По-голямата част от анкетираните лица възприемат биопроизводството, като система от строго и непрекъснато контролирани производствени практики. Данните показват, че 73.7 % от анкетираните конвенционални производители и 91.9 % от реално занимаващите се с биоземеделие потвърждават верността на първото твърдение.

Половината от производителите отхвърлят твърдението, че продуктите, получени по обикновените методи са биологични. Този резултат отново потвърждава, че анкетираните възприемат погрешно или че не познават смисъла на понятието биологичен продукт. Това не е валидно за групата на реално

занимаващите се с биопроизводство, където отхвърлилите второто твърдение е 97.1 %.

Таблица 8. Проверка на познанията на анкетираниите за биологичното производство.

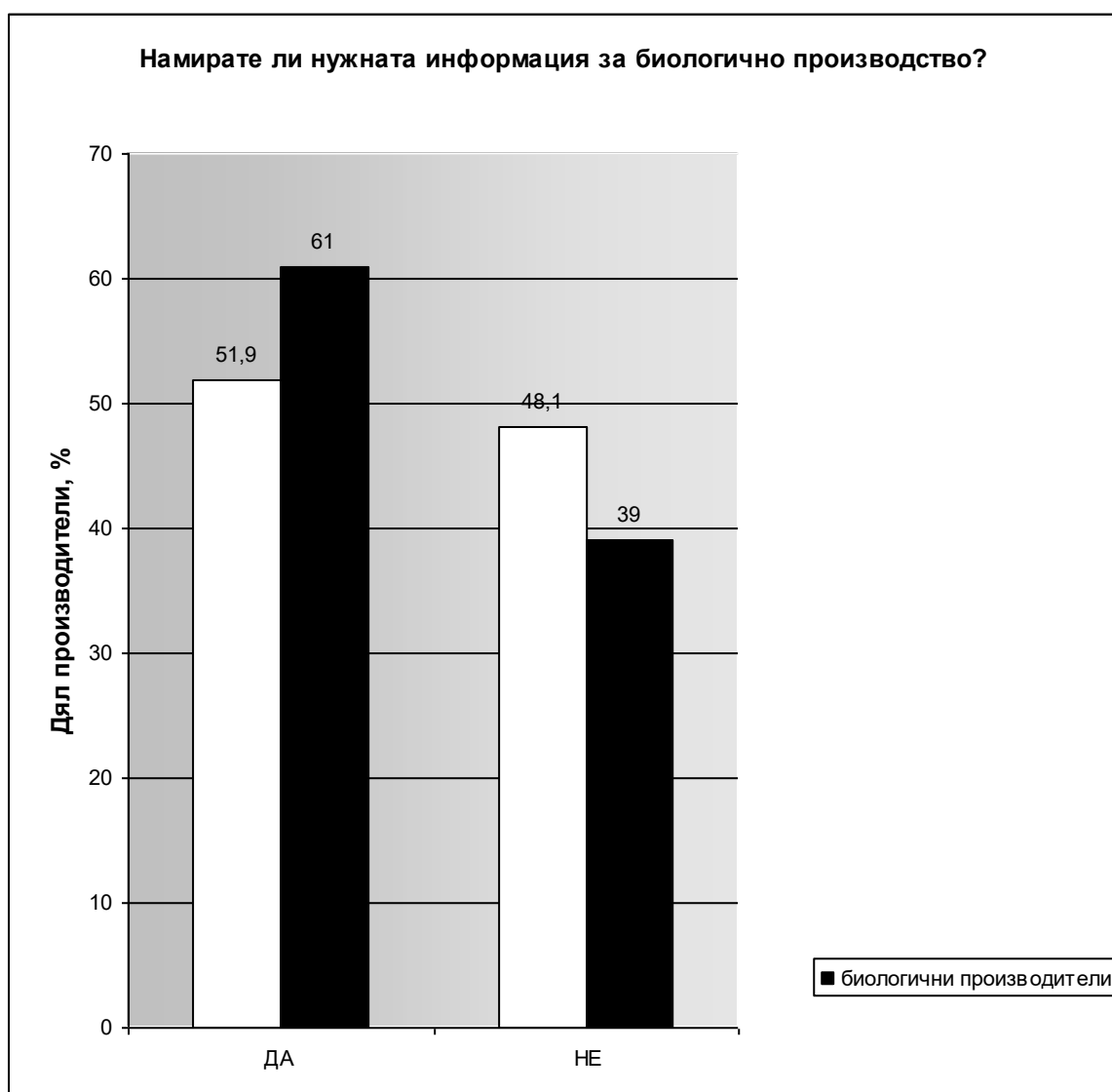
Твърдение	Дял на отговорилите производители, %:			
	Вярно е	Не е вярно	Не зная	Общо
1. Биологичното производство и неговите продукти се подлагат на строг и непрекъснат контрол.	73.7 (91.9)	9.6 (5.4)	16.7 (2.7)	100
2. Продуктите, получени по обикновените методи са биологични	22.0 (2.9)	49.1 (97.1)	28.9 -	100
3. Присъствието на маркировката “БИО” върху етикета на един продукт е доказателство, че той се произвежда биологично	30.1 (30.6)	33.4 (66.7)	36.4 (2.7)	100

Забележка: Резултатите, поставени в скоби отразяват отговорите на анкетираниите от групата на реално занимаващите се с биологично производство.

Тестът показва, че съществува нееднозначно възприемане на маркировката “БИО”, като доказателство за този специфичен начин на производство от третото твърдение (табл. 8). Очевидно е налице неразпознаване на посланието за “устойчиви земеделски практики” от маркировката на биопродукта. Резултати не са изненадващи, на фона на установената нехомогенност на използваните термини при назоваване на този вид продукти в страната. Реално занимаващите се с биопроизводство също не дават еднозначни отговори на последното твърдение. Повечето от тях (66.7 %) го отхвърлят, 30.6 % го потвърждават и само 2.8 % заявяват, че не знаят. Горните данни потвърждават проблемите при възприемането на екологичната маркировка и в частност, тази за биологични продукти, пренаситена от многобройни национални, регионални, частни и други сертификационни знаци.

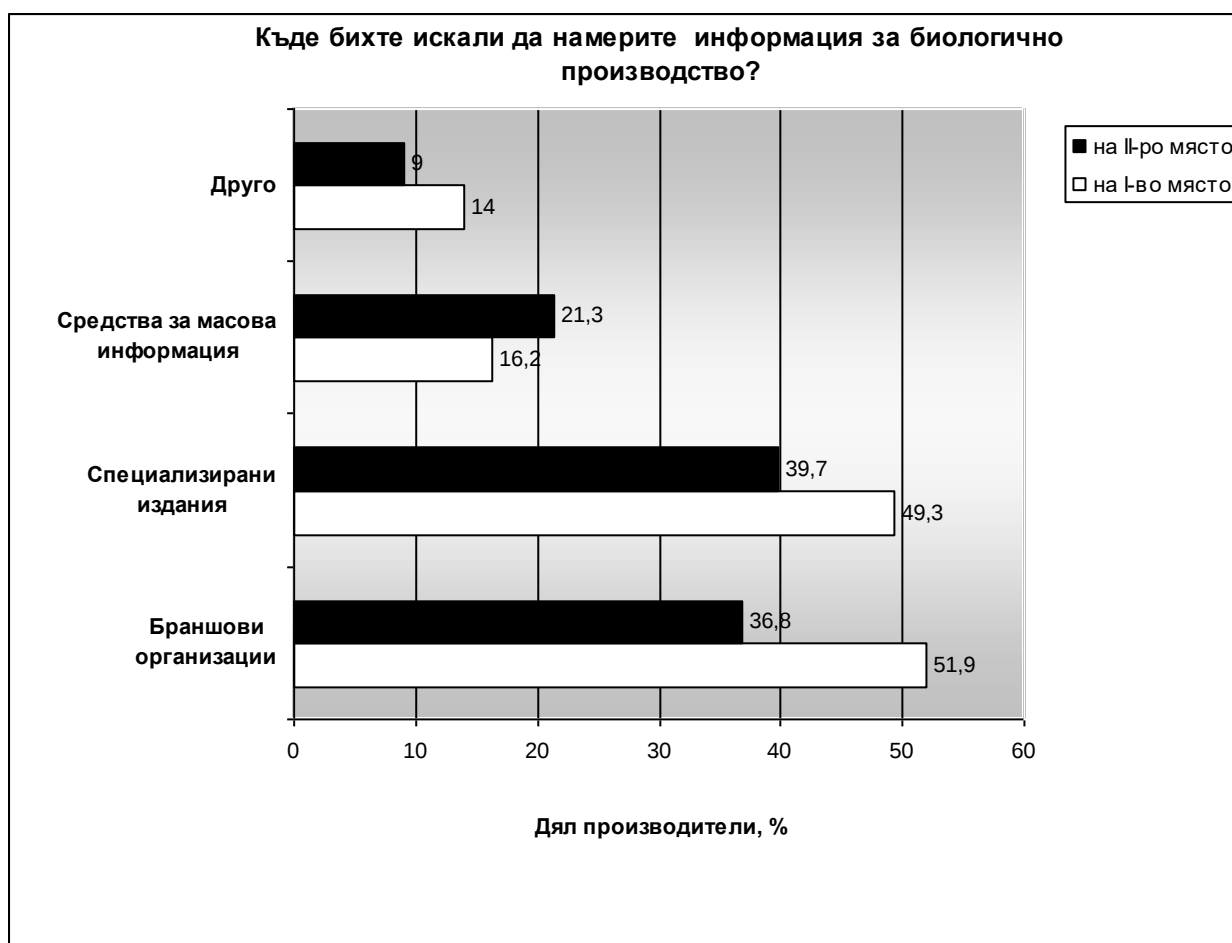
Има ли информация за биологичното земеделие?

Резултатите от проучването показват разполовяване на мненията, свързани с намиране на информация за биологичното производство (фиг. 10). Половината от анкетираниите (51.9 %) заявяват, че намират нужната информация, а 48.1 % от тях отговарят отрицателно. В отделните групи производители се отбелязват и известни отклонения от тази тенденция. В някои от тях (млеко- и месопреработватели, както и при занимаващите се с животновъдство) ясно се забелязва липса на информация. Сред анкетираниите се откроява значително по-информираната група на реално занимаващи се с биопроизводство, където 61.0 % заявяват, че намират информация и 39.0 % не намират такава.



Фиг. 10. Информация за биологичното производство.

На фиг. 11 е представена класацията на анкетираните за предпочетени източници на информация за биопроизводството. На *първо място* производителите биха искали да намерят информация в браншовите организации – 51.9 %, следвани с незначителна разлика от специализираните издания - 49.3%. Конкуренцията между тези два източника на информация се доказва и от факта, че на *второ място* по предпочитане, отговорилите производители поставят специализираните издания (39.7 %), последвано от браншовите организации (36.8 %). Прави впечатление, че средствата за масова информация са посочени едва на трето място и при двете класации. Като други източници на информация анкетираните са посочили “Интернет-страница за биопроизводство”, “семинари, конференции, симпозиуми”, “абонаментни издания на адреса на производителя”, “информация от месните организации” и др.



Фиг. 11. Класация на респондентите за източници на информация за биопроизводство.

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

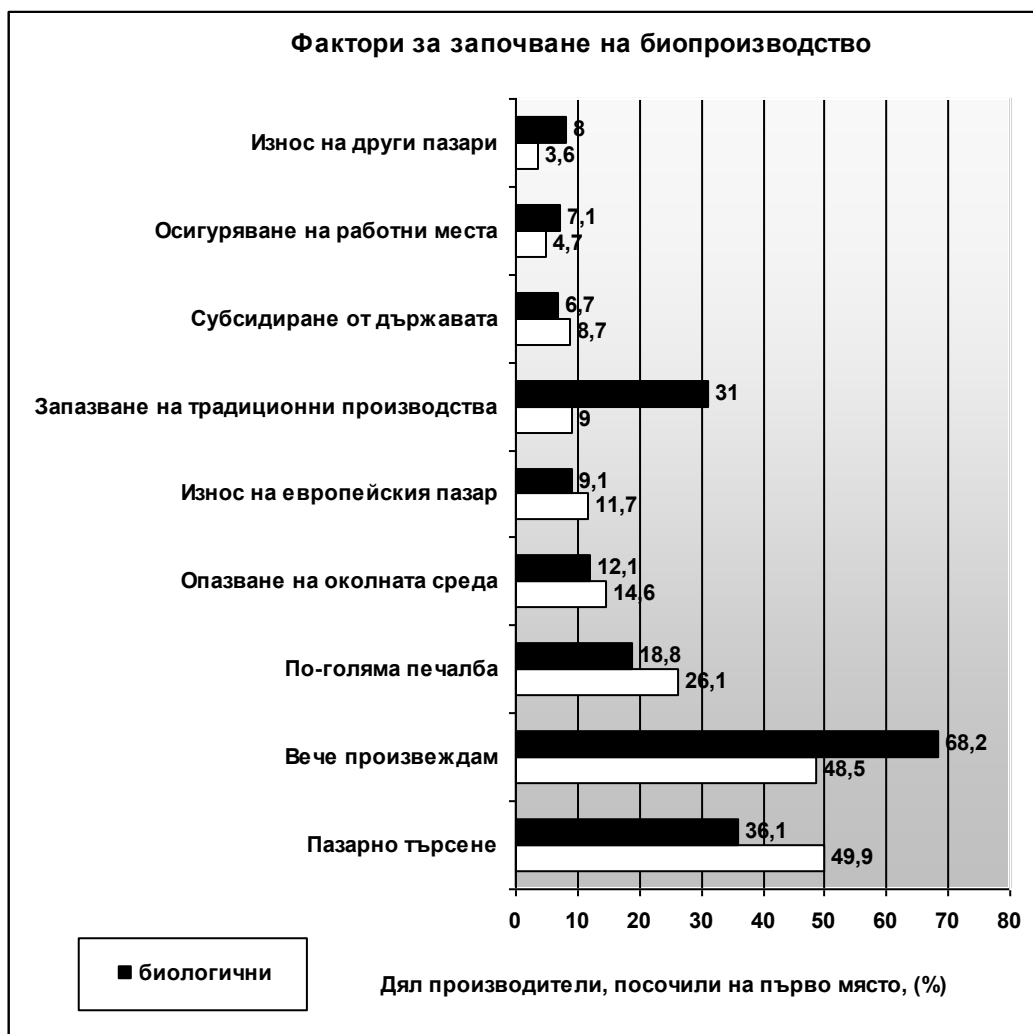
Представените данни потвърждават факта, че българските производители традиционно се доверяват на информацията, издавана от браншовите организации. Това се доказва и от анализите, направени за всяка отделна група производители. Интересно е да се подчертае значителният процент млекопреработватели (79.2 %) и месопреработватели (56.3 %), заявили като първи източник на информация “браншовите организации”. Реално занимаващите се с биологично производство предпочитат информацията от специализираните издания (поставена на първо място от 61.5 % от анкетиранияте).

Мотивация за биопроизводство

Проведеното проучване установява, че почти половината от анкетиранияте лица (49.9 %) поставят на първо място *търсенето на този вид продукти на пазара* сред мотивиращите фактори за биологично производство (фиг. 12). Мотиви за предприемане на такова производство, като възможност за по-голяма печалба (26.1 %) и опазване на околната среда (14.6 %) заемат следващите места в класацията. Позицията на други фактори, инициращи биологично производство (като възможност за износ на европейския пазар, за запазване на традиционни или регионални производства, за субсидиране от държавата и от други институции, за осигуряване на работни места и за износ на други пазари) са обобщени на фиг. 12. Половината от анкетиранияте (48.5 %) изтъкват съображението, че вече произвеждат такива продукти.

За разлика от европейските производители тук екологичните съображения, както и факторът запазване на традиционни или регионални производства са на по-заден план.

Анкетиранияте производители на вина и млечни продукти поставят възможността за запазване на традиционни или регионални производства по-високо в класацията на факторите за предприемане на такъв вид производство. Представителите на реално занимаващи се с биопроизводство посочват, че вече произвеждат такива продукти (68,2 %).



Фиг. 12. Мотивиращи фактори за биологично производство.

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

Помощ от страна на държавата

Интерес за изследването представлява мнението на българските производители за помощта, от страна на държавата за развитие на биологичното производство. Получените резултати, подредени по степен на важност за анкетираните, са обобщени на фиг. 13.

Анкетираните от всички групи поставят на *първо място* (67 %) преките държавни субсидии за производителите. Значително по-нисък процент от проучваните производители (24.8 %) смятат, че най-важната помощ би била гарантираното изкупуване на продукцията при твърди цени. Механизмите за финансово подпомагане от типа на кредити с голям гратисен период или с ниски лихви, не са предпочетени от страна на анкетираните (съответно 19.9 % и 10.5 %). Поемане на разходите по сертификацията, както и осигуряването на пазари в чужбина, не се оценяват от обикновените (конвенционалните) производители като съществена помощ, за разлика от реално занимаващите се с биологично производство, при които този отговор е посочен, непосредствено след преките субсидии в класацията. Получените данни показват, че все още не е изградена реална представа за контрола и за сертификацията на биопроизводството, поради което не е осмислена помощта от такъв тип.



Фиг. 13. Класация на анкетираните за предпочетена помощ от страна на държавата за развитието на биопроизводството.

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

При анализа на резултатите се вижда, че респондентите осъзнават риска от финансови загуби при преминаване към биологично производство. Голямата част от участващите в проучването от всички групи производители биха поели този риск при условие, че държавата ги подпомогне в преходния период.

Възможност за износ на европейския пазар



Фиг. 14. Биологичните продукти - възможност за износ на европейския пазар.

Почти всички участници в анкетата (94.0 %) смятат, че биологичните продукти представляват възможност за българските производители да излязат на европейския пазар (фиг.14). В групата на реално занимаващите се с биопроизводство, отговорилите положително на въпроса от фиг. 14 представляват 97.6 % от анкетираните.

5.1.1 Биологични производители

Обем и обхват на проучването

В България не съществува официална статистика за производството, продажбата и дистрибуцията на биологични продукти и храни на пазара, както и за такива от внос. Поради липсата на такива официални данни, настоящото проучване на биологичните производители е извършено със съдействието на Министерството на земеделието и горите, Сдружение “Агролинк”, Асоциация “Екофарм”, “Балканбиохерб” АД, Програмата “Заетост чрез подкрепа на бизнеса” – гр. Велинград, Институт по високопланинско животновъдство – гр. Троян и др.

В рамките на изследването бяха анкетирани 41 биологични производители, чието разпределение, според вида на производство е представено в табл. 9.

Таблица 9. Разпределение на анкетираните, според вида на производството.

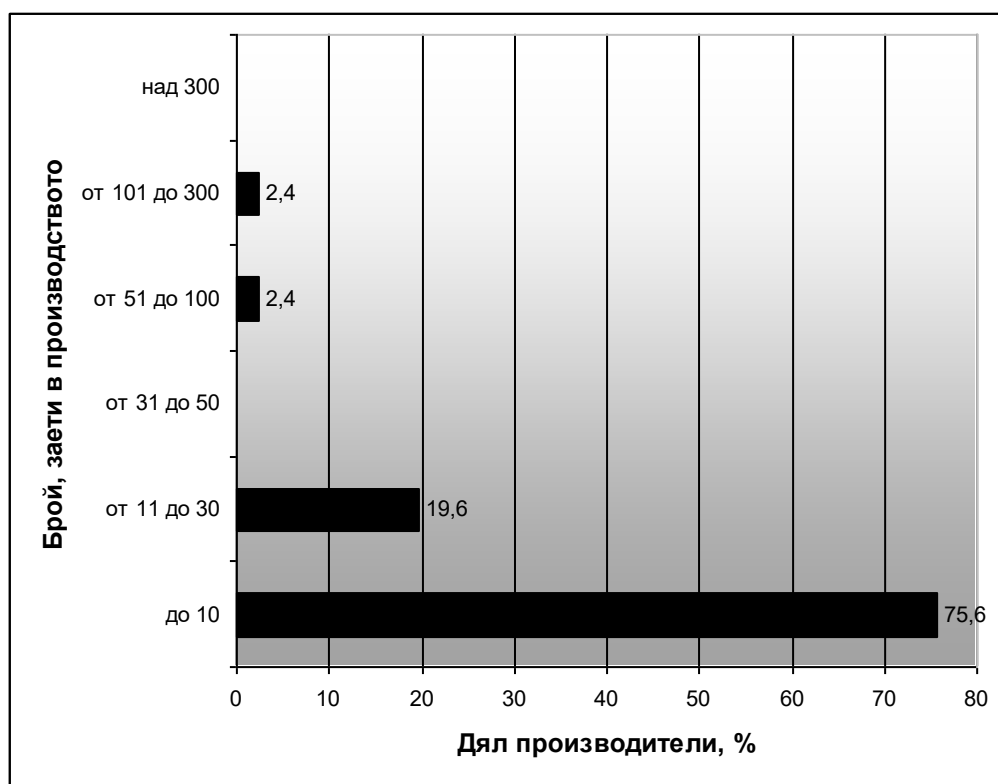
Вид производство	Брой анкетирани	Относителен дял, (%)
Пчеларство	5	12,2
Зеленчуци и плодове и продукти от тяхната преработка	14	34,1
Мляко и млечни продукти	2	4,9
Месо и месни продукти	1	2,4
Животновъдство	12	29,3
Друго	18	43,9

Забележки:

1. Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.
2. В графа “Производство и преработка на зеленчуци и плодове” анкетираните лица са направили следните уточнения: картофопроизводство – 1 лице; зеленчукопроизводство – 3 лица; малини и ягоди – 3 лица; овощарство – 3 лица; събиране и обработка на диворастящи плодове – 4 лица.
3. В графа “Друго” анкетираните лица са дали следните отговори: производство на фуражи – 7 лица; земеделие – 1 лице; отглеждане на култивирани билки – 6 лица; научна организация – 1 лице; семеипроизводство – 1 лице; ферма лумбрика – 1 лице; растениевъдство – 1 лице.

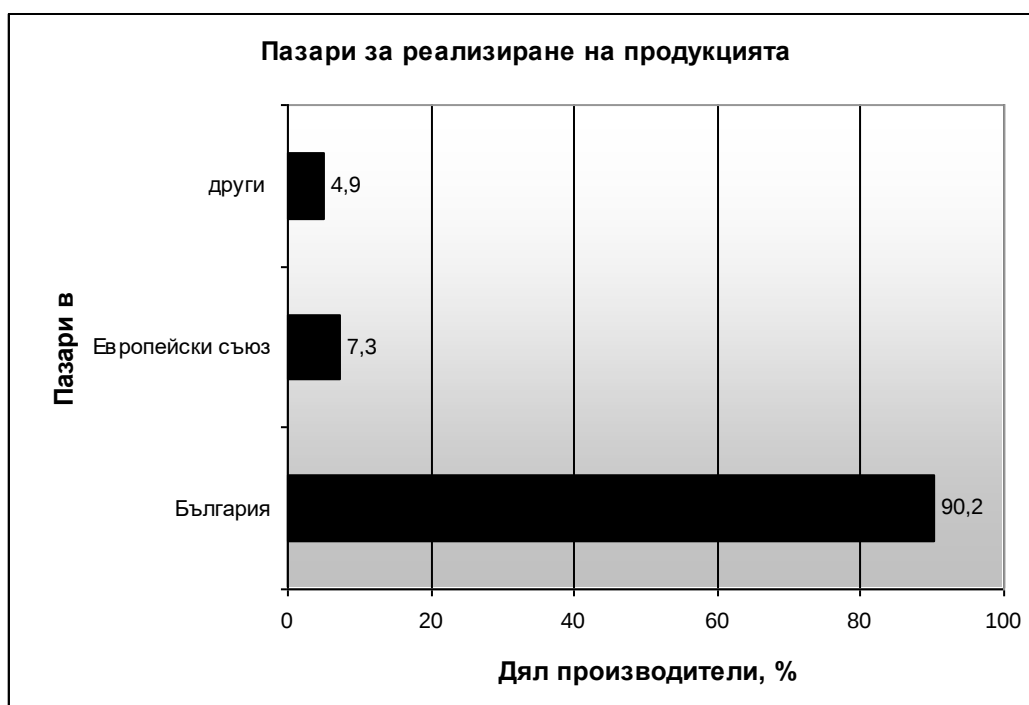
На фиг.15. е показано разпределението на анкетираните производители, в зависимост от броя на заетите в производството. Голямата част от тях (75.6 %) декларира за брой заети в производството “до 10 човека”. Производителите, заемащи сегмента “брой заети в производството от 11 до 30 души” не надвишават 20 %. По-

големите производствени предприятия (от 50 до 300 заети в производството) са едва 4.8 %.



Фиг. 15. Разпределение на анкетираните, според броя на заетите в производството.

Проучваните производители реализират своята продукция главно на българския пазар (90.2 %). Едва 7.3 % от тях изнасят своите продукти на европейския пазар и само 4.9 % - в страни, извън Европейския съюз (фиг. 16).

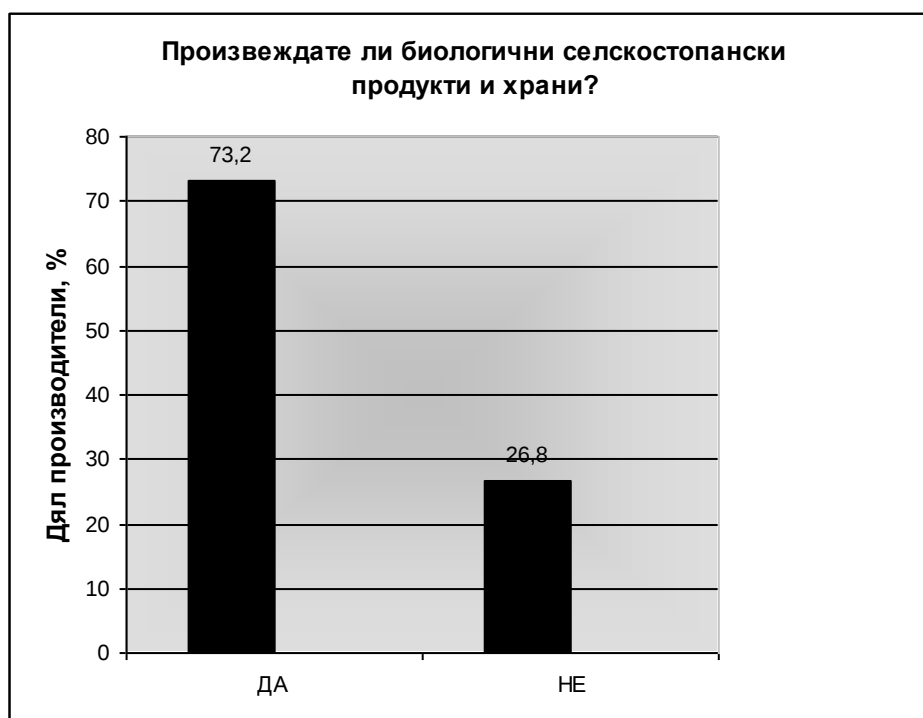


Фиг. 16. Разпределение на пазарите, на които се реализира продукцията на анкетираните биологични производители.

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

Понятие за биопроизводство

На въпроса “Произвеждате ли биологични селскостопански продукти и храни?”, само 26.8 % от анкетираните отговарят, че не произвеждат такива. Този резултат може да се обясни с факта, че не всички производители от тази група са сертифицирали своята продукция.

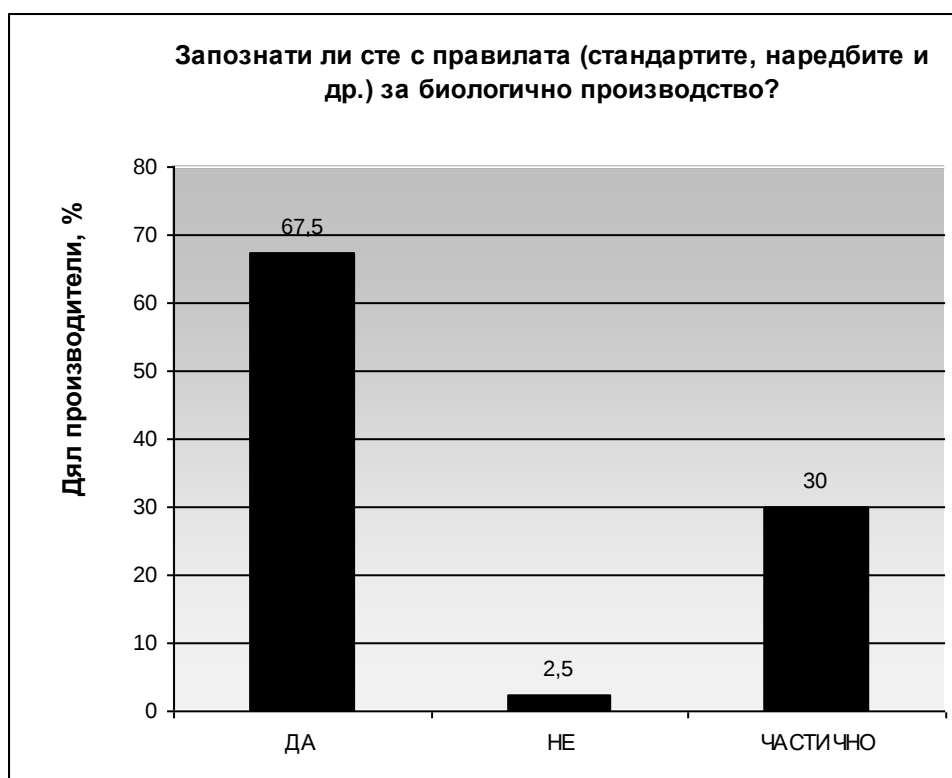


Фиг. 17. Производство на биологични продукти.

От фиг. 17 се вижда, че 67.5 % от респондентите декларират, че са запознати с правилата (стандартите, наредбите и др.) за производство на биологични продукти, 30.0 %, че са частично запознати и едва 2.5 %, че не са запознати с тези правила. Високият процент на запознатите и частично запознатите в групата (общо 97.5 %) доказва, че производителите са преминали необходимото обучение, свързано с биологичното земеделие.

Проверка на основните познания на производителите за биопроизводството

В рамките на изследването бяха проверени основните познания на производителите за биологичното производство, оценявайки техните отговори на кратък тест (табл. 10). Той се състои от три базови твърдения за този вид производство, верността на които респондентите могат да потвърдят, отхвърлят или да декларират, че не знаят отговора.



Фиг. 18. Понятие за биологично производство

Таблица 10. Проверка на познанията на анкетираните за биологичното производство.

Твърдение	Дял на отговорилите биопроизводители, %			
	Вярно е	Не е вярно	Не зная	Общо
1. Биологичното производство и неговите продукти се подлагат на строг и непрекъснат контрол.	91,9	5,4	2,7	100
2. Продуктите, получени по обикновените методи са биологични.	2,9	97,1	-	100
3. Присъствието на маркировката "БИО" върху етикета на един продукт е доказателство, че той се произвежда биологично.	30,6	66,7	2,7	100

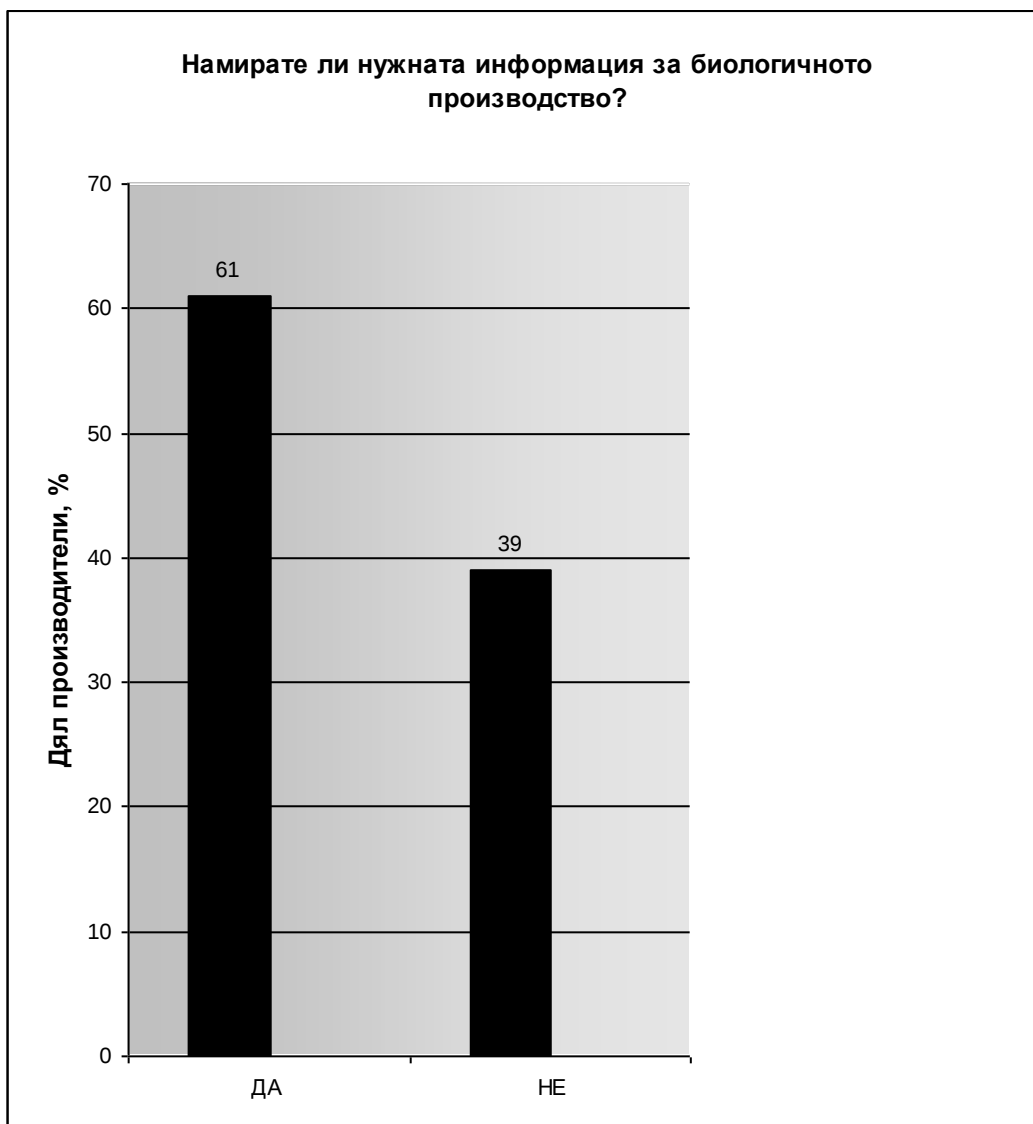
По-голямата част от анкетираните лица (91.9 %) отговарят положително на първото твърдение за биопроизводството от табл. 10. Това категорично потвърждава факта, че те свързват биологичното производство с прилагане на система от мерки за строг и непрекъснат контрол на производствения процес и получените продукти.

Почти всички от производителите в групата (97.1 %) отхвърлят твърдението, че продуктите, получени по обикновените методи са биологични. Този резултат потвърждава, че те ясно разграничават биологичните продукти от останалите, по специфичния им начин на производство.

Тестът показва, че съществува нееднозначно възприемане на маркировката “БИО”, като доказателство за този специфичен начин на производство от третото твърдение. Реално занимаващите се с биопроизводство не дават еднозначни отговори на последното твърдение, като повечето от тях (66.7 %) го отхвърлят, 30.6 % го потвърждават, а само 2.8 % заявяват, че не знаят. Резултати не са изненадващи, на фона на установената нехомогенност на използваните термини при назоваване на този вид продукти в страната. Горните данни потвърждават проблемите при възприемането на екологичната маркировка и в частност, тази за биологичните продукти, пренаситена от многобройни национални, регионални, частни и други сертификационни знаци.

Има ли информация за биологично земеделие?

Анкетираните се представят като значително по-информирана група на фона на останалите производители в изследването - 61.0 % от тях заявяват, че намират информация и 39.0 % - не намират такава (фиг. 19).



Фиг. 19. Информация за биологичното производство

На фиг. 20 е представена класацията на респондентите за предпочетени източници на информация за биопроизводството. На *първо място* проучваните производители открояват специализираните издания (61.5 %). Браншовите организации (36.1 %), заемат следващото място в йерархията на предпочитанията за информационен източник. Конкуренцията между тези два източника се подчертава, когато на *второ място* по предпочитание, отговорилите производители поставят браншовите организации (36.41 %), последвано с незначителна разлика от специализираните издания (33.3 %).

Средствата за масова информация се посочват като по-малко предпочетени и при двете класации.



Фиг. 20. Класация на респондентите за предпочетени източници на информация за биопроизводство.

Забележки:

1. Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.
2. В “Друго” анкетираните лица са посочили: “Фондация “Биоселена” – 3 бр; “Интернет” – 2 бр.; в “Българското законодателство” – 1 бр.

Мотивация за биологично производство

Сред мотивиращите фактори за биологично производство 36.1 % от анкетираните лица открояват търсенето на този вид продукти на пазара (фиг. 21). Получените резултати показват, че 68.2 % от тях поставят на първо място съображението, че *вече произвеждат такива продукти*.

Мотиви за предприемане на такова производство, като възможност за запазване на традиционни или регионални производства (31.0 %) и за по-голяма печалба (18.8 %) заемат следващите места в класацията. Позицията на други фактори, инициращи биологично производство (като възможност за износ на европейския пазар и на други

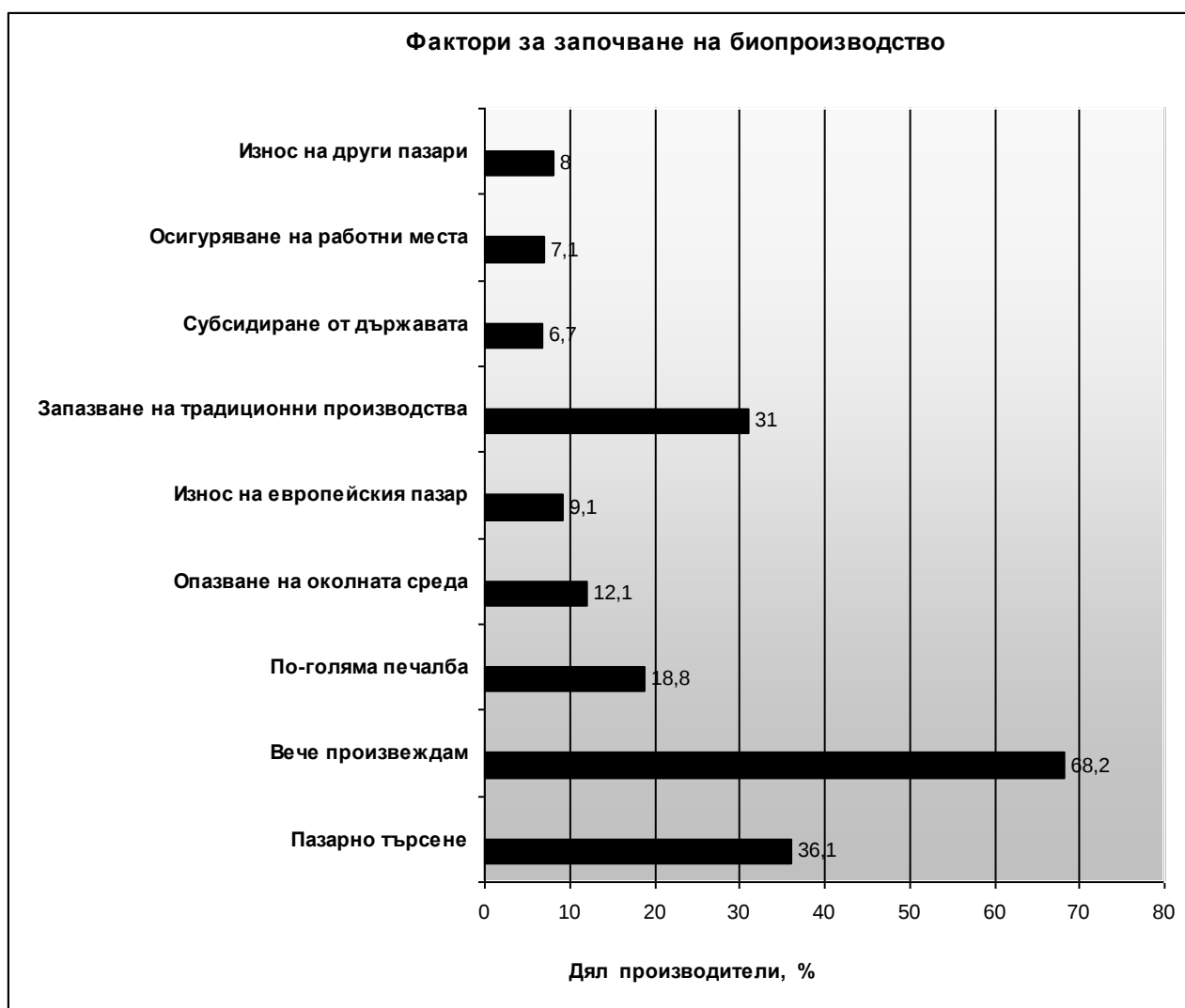
пазари, за осигуряване на работни места, за субсидиране от държавата и от други институции) могат да се видят на фиг. 21.

Прави впечатление, че респондентите от групата поставят възможността за запазване на традиционни или регионални производства и за опазване на околната среда по-високо в класацията на факторите за предприемане на такъв вид производство, в сравнение с останалите производители.

Помощ от страна на държавата

Резултатите показват, че респондентите осъзнават риска от финансови загуби при преминаване към биологично производство. Голямата част от участващите в проучването (92.3 %) потвърждават, че държавното подпомагане в преходния период е от съществено значение.

Анкетираните от групата поставят на *първо място* по предпочитание (69.4 %) преките държавни субсидии за производителите. Макар и от значително по-малка част от проучваните производители, поемането на разходите по сертификация (15.6 %), както и осигуряването на пазари в чужбина (14.3 %) се оценяват като съществена помощ от страна на държавата.

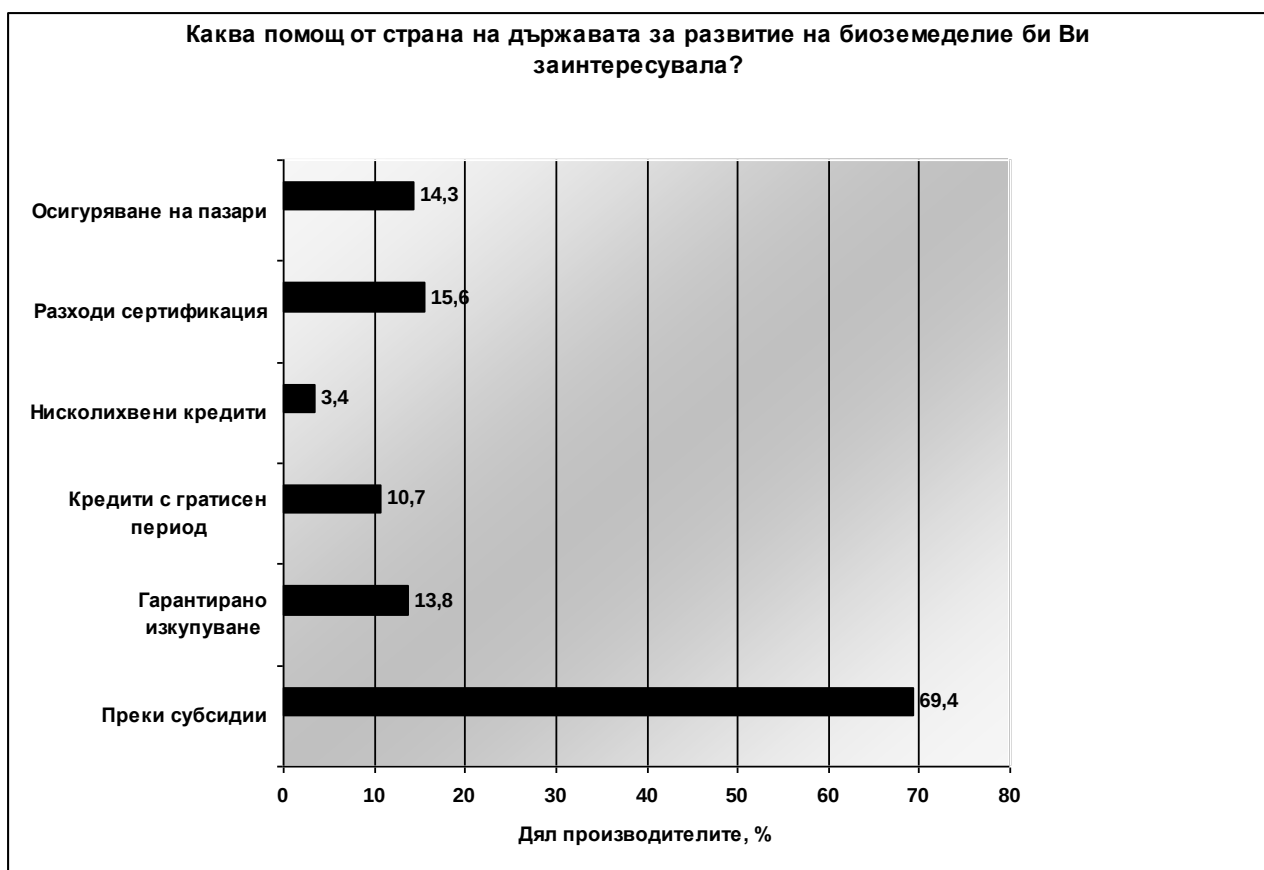


Фиг. 21. Мотивиращи фактори за биологично производство.

Забележки:

1. Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.
2. В “Друго” анкетираните лица са посочили: “ограничаване на бюрокрацията при експорт” – 1 бр.

За разлика от конвенционалните производители, значително по-нисък процент от анкетираните в тази група (13.8 %) смятат, че най-важната помощ би била гарантираното изкупуване на продукцията при твърди цени. Механизми за финансово подпомагане от типа на кредити с голям гратисен период или с ниски лихви, не са предпочетени от страна на респондентите (съотв. 10.7 % и 3.4 %).

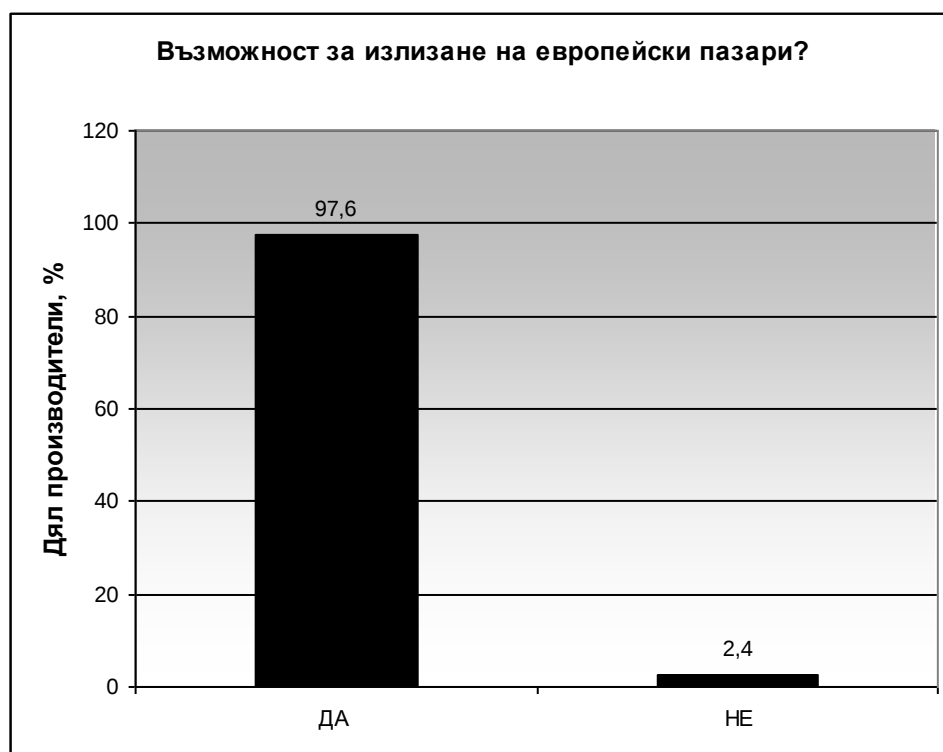


Фиг. 22. Класация на анкетираните за предпочетена помощ от страна на държавата за развитието на биопроизводството.

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

Възможност за износ на европейския пазар

Почти всички участници в анкетата (97.6 %) смятат, че биологичните продукти представляват възможност за българските производители да излязат на европейския пазар (фиг. 23).



Фиг. 23. Биологичните продукти - възможност за износ на европейския пазар.

5.2. ИЗСЛЕДВАНЕ НА ТЕНДЕНЦИИТЕ В ПРЕДПОЧИТАНИЯТА НА БЪЛГАРСКИЯ ПОТРЕБИТЕЛ КЪМ БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ

Цели на проучването:

В рамките на проекта бе проведено анкетно проучване за предпочитанията на българските потребители към биологични продукти.

Методично описание

Вид изследване: национално представително.

Време на провеждане: юли - септември 2003 г.

Методика на регистрацията: индивидуално стандартизирано интервю (приложение 2).

Методика на извадката: двустепенна гнездова, адресна, 140 гнезда.

Обем на извадката: 785 лица над 17 годишна възраст (840 планирани).

Таблица 11. Демографски характеристики.

Характеристика	Извадка, (%)	Генерална съвкупност, (%)
Пол	100.0	100
мъже	44.6	48
жени	55.4	52
Възраст	100.0	100
18 - 30	18.5	18
31 - 40	15.2	17
41 - 50	14.7	18
51 - 60	18.4	18
над 60	33.2	29
Образование	100.0	100
висше	16.7	14
средно	48.0	46
по-ниско	35.3	40
Населено място	100.0	100
София	13.5	13
областен град	31.7	32
малък град	21.6	22
село	33.2	33
Етническа група	100.0	100
българи	83.8	84

турци	9.1	9
роми	5.6	5
други	1.5	2

Таблица 12. Социални характеристики.

Социална група	Извадка, (%)
учащи	2.9
работещи	34.4
собствен бизнес	4.0
безработни	17.2
пенсионери	39.7
други	1.8
<i>Общо</i>	<i>100.0</i>

Таблица 13. Общ доход в домакинството.

Доход /лв./	Извадка, (%)
без доход	1.5
до 100	13.9
101-200	31.2
201-300	25.0
301-400	11.3
401-500	7.8
500+	9.3
<i>Общо</i>	<i>100.0</i>

Таблица 14. Членове в домакинството.

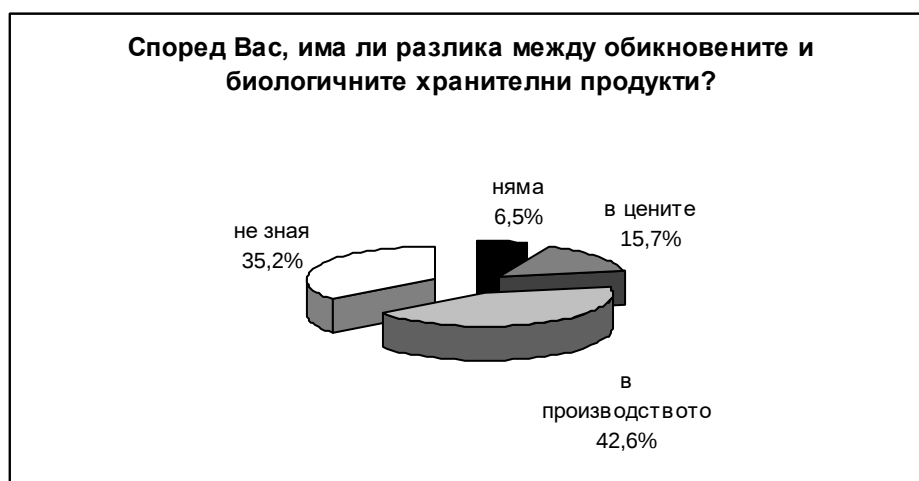
Членове	Извадка, (%)
един	14.6
двама	28.9
трима	24.8
четирима	19.7
петима	6.5
шест	3.8
седем	1.1
осем и повече	0.6
<i>Общо</i>	<i>100.0</i>

При статистическия анализ на данните е използвана програмата SPSS за Windows. За определяне корелационните зависимости е използван коефициентът на Крамър (V) при ниво на значимост $\alpha \leq 0.05$ [19, 23].

Резултати

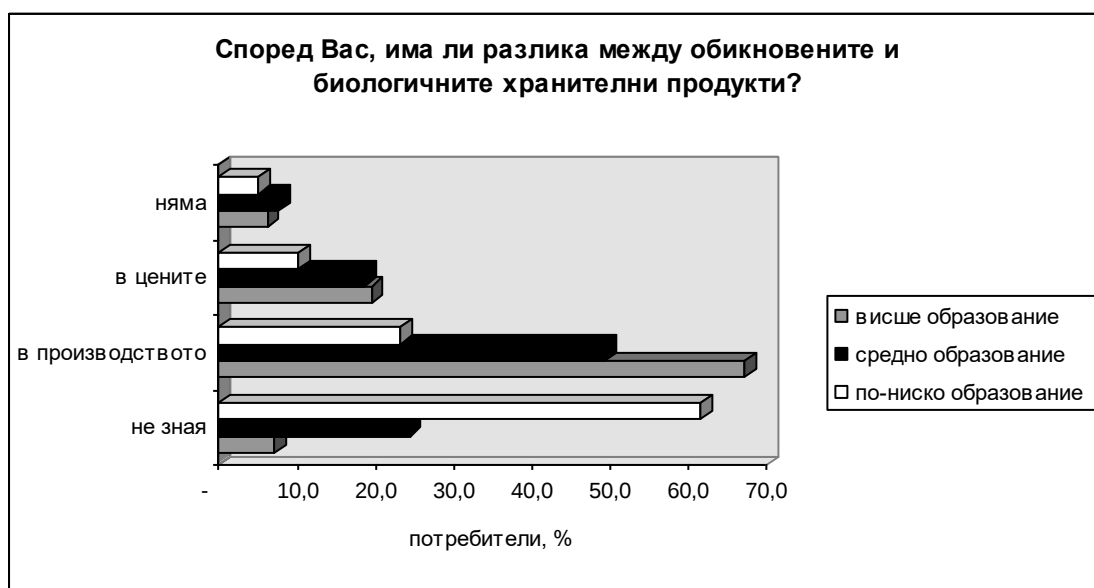
В съответствие с целите, които си поставихме - да се установи разпознава ли българският потребител биологичните хранителни продукти, беше зададен въпросът: **Има ли разлика между обикновените и биологичните хранителни продукти?**

Информираността на нашия потребител за биологичните храни не е голяма. В потвърждение на факта, 35.2 % от анкетираните отговарят на въпроса, че не знаят (фиг. 24). Към тях трябва да добавим 6.5 % от интервюираните отговорили, че няма разлика и 15.7 %, че разликата е само в цената т.е. около 60 % от българските потребители не са информирани за разликата между обикновените и биологичните хранителни продукти.



Фиг. 24. Разлика между обикновени и биологични продукти

Корелационният анализ показва, че най-висока е степента на информираност на интервюираните с висше образование. От тях 67.3 % са посочили правилно, че разликата е в производството и съответно най-висок е процентът от анкетираните (61.6 %) с образование по-ниско от средното отговорили, че не знаят каква е разликата (фиг. 25).

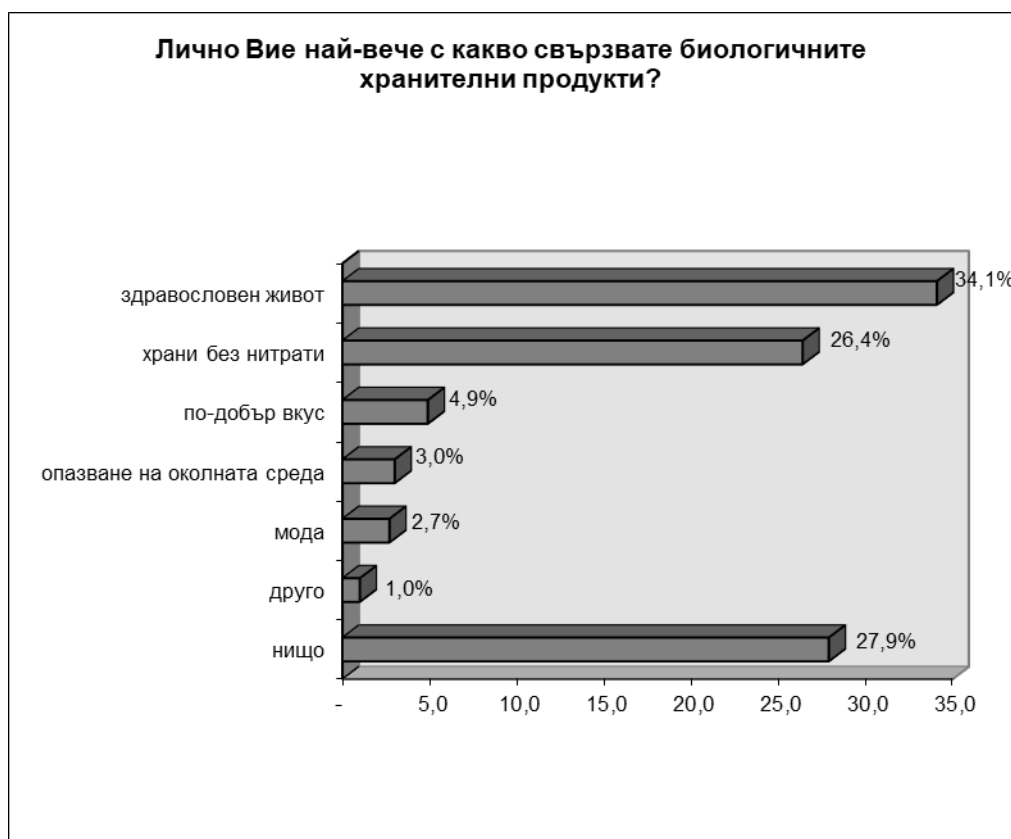


V = 0.31

Фиг. 25. Разлика между обикновени и биологични продукти, според степента на образование

Биологичните хранителни продукти се асоциират със здравословния начин на живот от най-голям процент от анкетираните - 34.1 % (фиг. 26). Около една четвърт от интервюираните - 26.4 %, свързват биологичните продукти с ниското съдържание на нитрати. Тема, особено болезнена за българския потребител - безопасността на храните. Тези интервюирани също асоциират биохраните със здравословния начин на живот, но в по-ограничен аспект. Впечатление прави, че българският потребител поставя едва на четвърто място опазването на околната среда, а целта на биоземеделieto е чрез този начин на производство да се съхранят именно водите, почвите, растителното и животинското разнообразие.

Твърде голям е процентът на отговорилите, че с нищо не свързват биологичните храни. Реално тези потребители нямат информация и не са запознати с този вид производство.



Фиг. 26. Понятие за биологични продукти

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

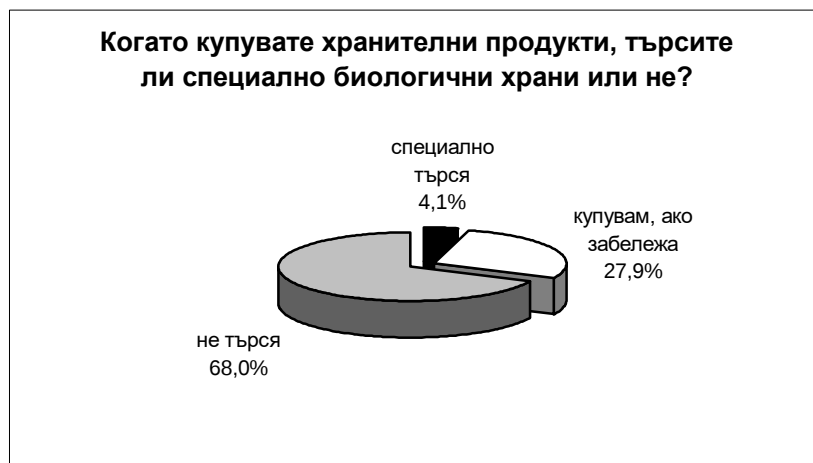
Разпределението на отговорите на анкетираните потребители в зависимост от образованието им е показано в табл. 15. Най-голям е процентът на по-високо образованите консуматори, посочили на първо място здравословния ефект и липсата на нитрати. Интервюираните с по-ниско образование не свързват с нищо биологичните храни.

Таблица 15. Зависимост между образованието на потребителите и ефекта от използване на биологични храни ($V = 0.35$).

С какво свързвате биологичните храни?	Висше образование	Средно образование	По-ниско образование
Здравословен живот	54.0	38.8	19.0
Храни без нитрати	22.1	33.2	18.3
По-добър вкус	4.4	5.1	4.9
Опазване на околната среда	7.1	3.2	1.1
Мода	8.0	2.5	0.7
Друго		1.0	1.5
Нищо	4.4	16.2	54.5

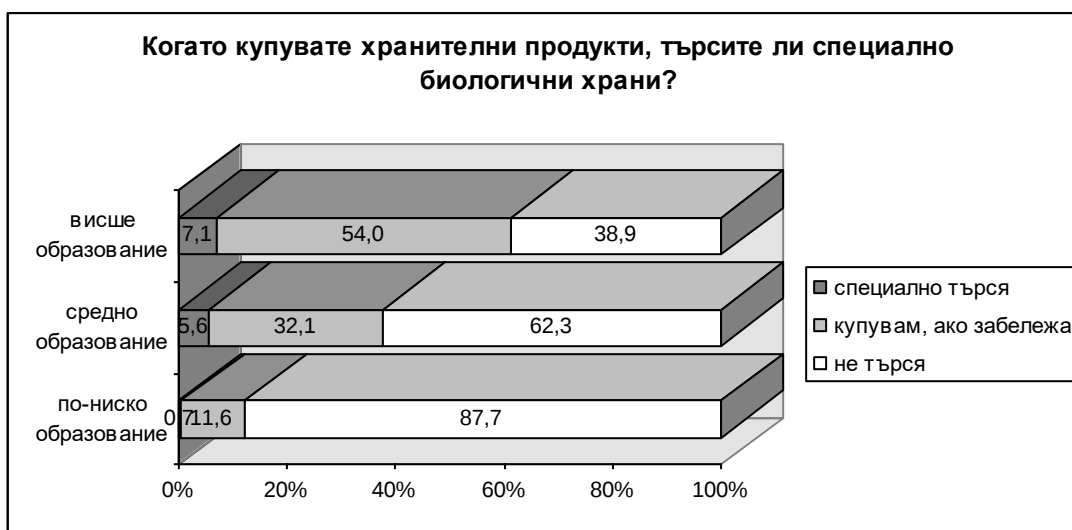
Общо	100.0	100.0	100.0
------	-------	-------	-------

Отношението и интересът на потребителите към биологичните хранителни продукти бяха определени чрез въпроса: **Когато купувате хранителни продукти, търсите ли специално биологични храни или не?** (фиг. 27).



Фиг. 27. Покупката на биологични храни

Групата, на така наречените “твърди” консуматори на този вид продукти е сравнително малка - 4.1 % (фиг. 27). Най-вече това са потребители с по-високо образование. От анкетираните с висше образование - 7.1 % и със средно образование - 5.6 %, се отнасят към тази група (фиг. 28). Това са хора на средна възраст между 40 - 60 години с по-високи доходи.



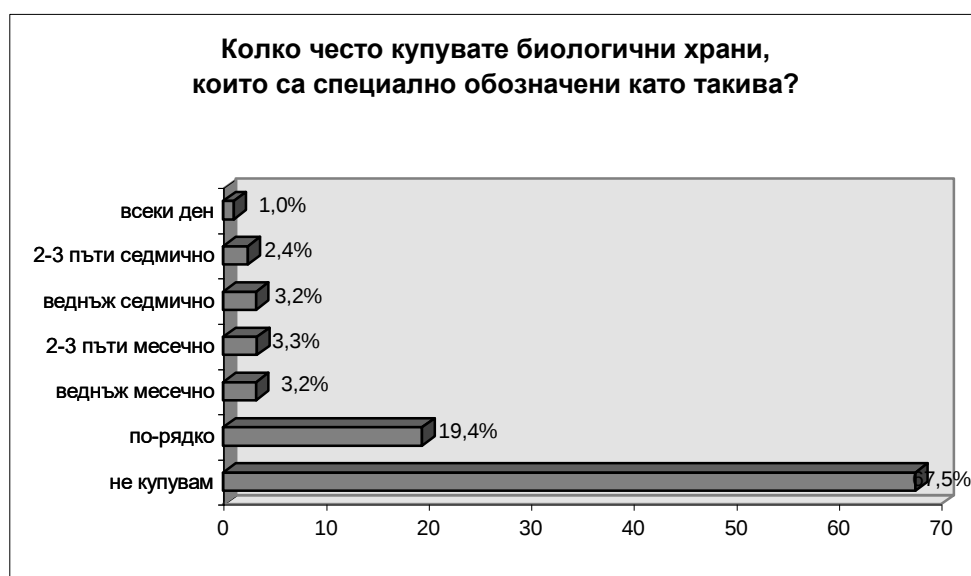
V = 0.25

Фиг. 28. Покупката на биологични храни според степента на образование

Едва 27.9 % от интервюираните биха предпочели биологичните продукти при условие, че ги забележат. Това са непостоянните консуматори. Вероятно, те зависят от рекламата и информацията в медиите, от модата. На възраст са по-млади - 60.9 % от интервюираните учащи попадат в тази група и са с по-висока степен на образованост.

Повече от половината от анкетираните потребители - 67.9 % са отговорили, че не се интересуват от биологични храни. Тази група се формира най-вече от по-ниско образованите потребители - 87.6 % от анкетираните с образование под средното ($V = 0.25$), с по-малки доходи и възможности (71.9 % от анкетираните безработни и 80.3 % от пенсионерите).

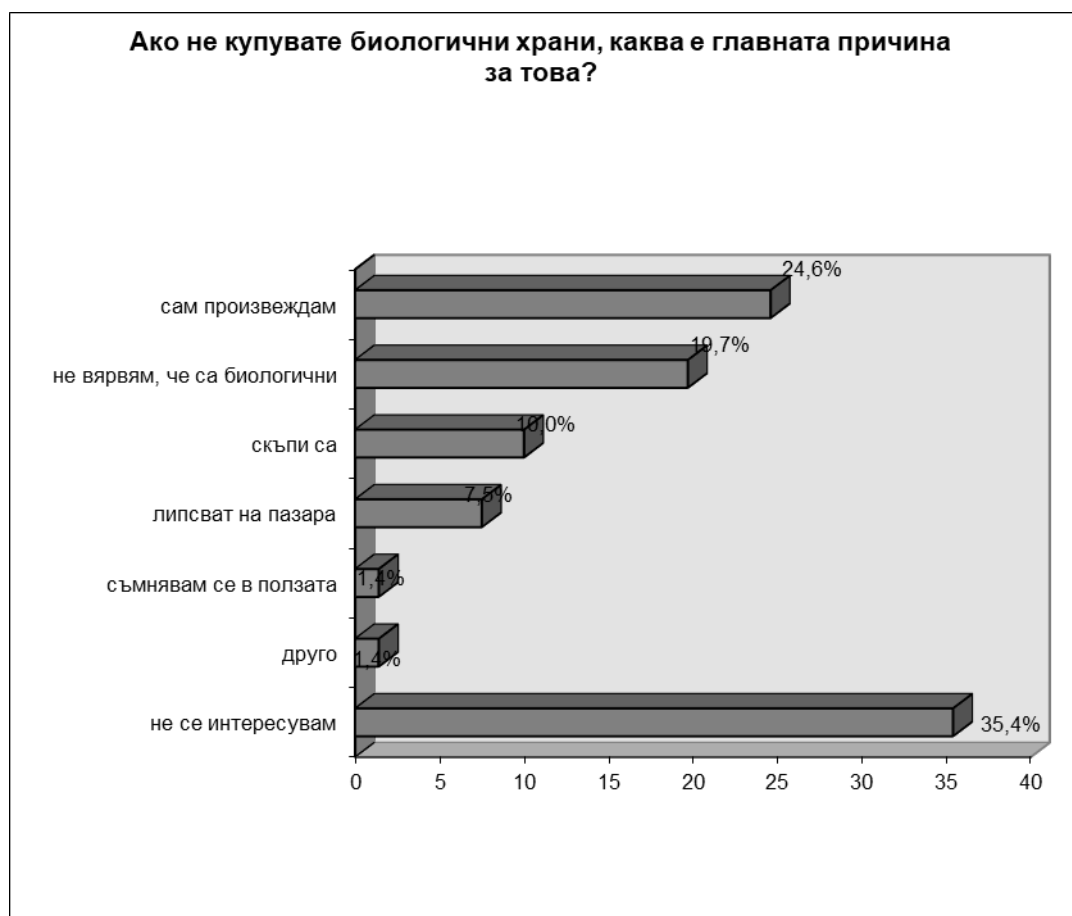
Големият процент на незаинтересувани потребители се потвърждава и със следващия въпрос: **Колко често купувате биологични храни, които са специално обозначени като такива?**



Фиг. 29. Честота на покупка на биологични храни

От интервюираните потребители най-висок е процентът на отговорилите, че не купуват такива храни - 67.5 % (фиг. 29). Най-много от тях посочват като главна причина за това факта, че не се интересуват от тези продукти (фиг. 30). Това са предимно ниско образовани потребители - 50.0 % от анкетираните с образование по-ниско от средно ($V = 0.36$), от малцинствените етнически групи - 69.7 % от

анкетираните роми и 52.7 % от анкетираните турци. Тази причина е посочена най-вече от живеещите в малките градове - 40.7 % и в селата - 39.5 % (табл. 16).



Фиг. 30. Причина за да не се купуват биологични храни

На второ място, за да не купуват биологични продукти, интервюираните поставят причината, че сами произвеждат такива храни - 24.6 % от анкетираните. Този отговор е посочен от 42.6 % от живеещите в селата и 19.5 % от жителите на малките градове (табл. 16). Това се обяснява с факта, че голяма част от българските домакинства от такъв тип селища, ползват този начин на снабдяване. Третата причина, посочена от интервюираните, която в никакъв случай не е без основание, е липсата на доверие у консуматора от контрола на продуктите. Една пета от анкетираните не вярват, че продуктите са биологични. Много нисък е процентът на посочилите такива основателни за това причини, като цената - 10.0 % и липсата на биохрани на пазара - 7.5 %.

Най-висок процент от анкетираните 19.4 % са отговорили, че купуват биологични продукти по-рядко от веднъж месечно (фиг. 29). Това са високообразовани

потребители - 33.6 % от анкетираните с висше образование и 22.1 % от тези със средно образование, в активна възраст между 18-50 години, с по-високи доходи ($V = 0.24$).

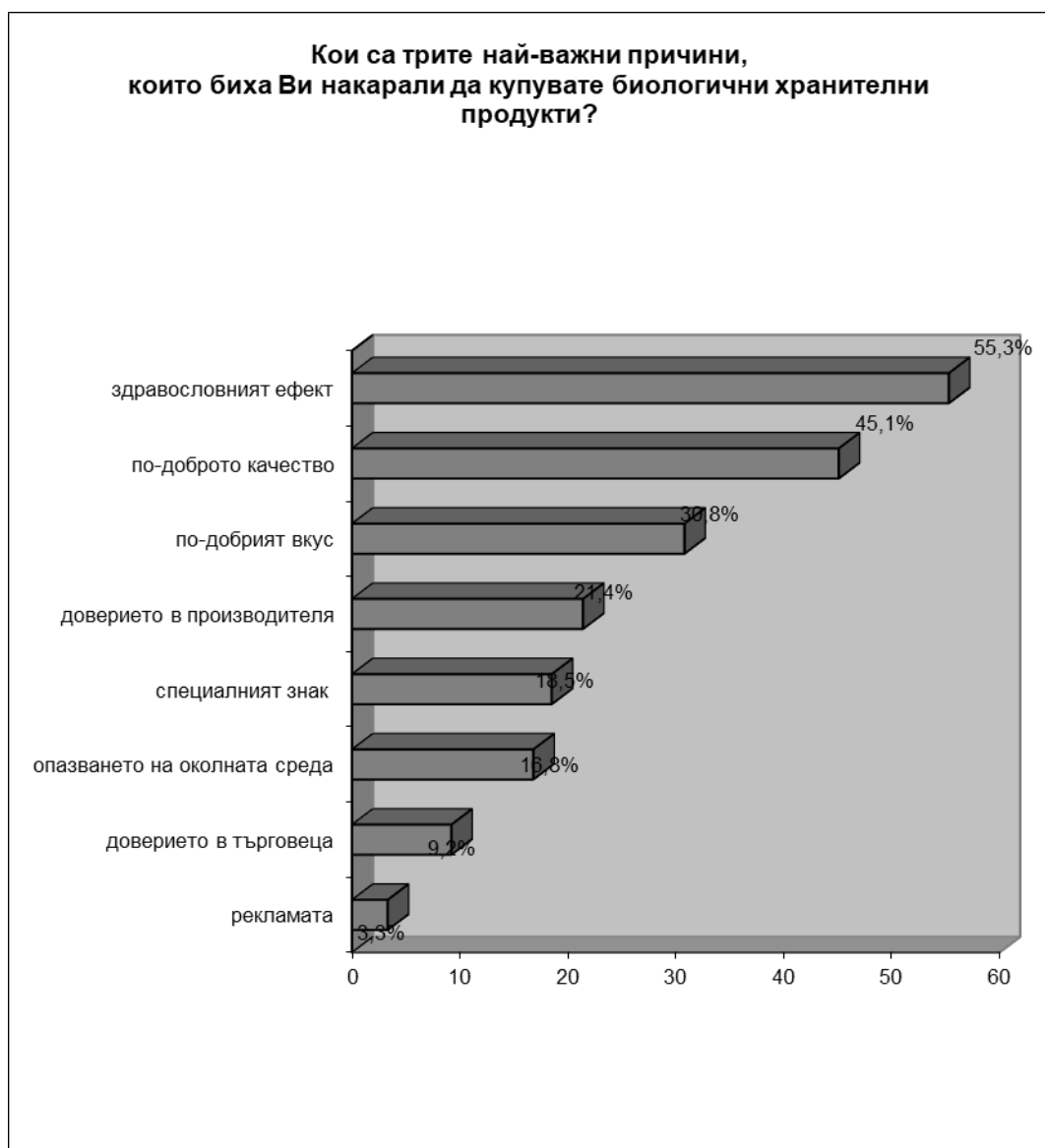
Таблица 16. Зависимост м/у причината да не се купуват биохрани и местоживеене ($V = 0.28$).

Причината за да не купувате биохрани	София	Областен град	Друг град	Село
Сам произвеждам	7.0	9.0	19.5	42.6
Не вярвам, че са биологични	41.9	35.5	15.4	6.3
Скъпи са	16.3	10.5	15.4	4.2
Липсват на пазара	7.0	13.5	5.7	4.7
Съмнявам се в ползата	2.3	1.5	1.6	1.1
Друго	2.3	0.8	1.6	1.6
Не се интересувам	23.2	29.2	40.8	39.5
<i>Общо</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Анкетираните потребители са подредили причините за да купуват биологични храни в следния ред (фиг. 31):

- здравословен ефект - 55.3 %;
- по-добро качество - 45.1 %;
- по-добър вкус - 30.8 %.

Вероятно, след психозата провокирана от болестта “луда крава” и от проблемите, свързани с чистотата на хранителните продукти, все повече ще нарастват грижите на консуматорите за собственото им здраве. Това естествено ще насочва потребителите към биологичните храни. Тази причина е посочена най-вече от анкетираните с по-високо образование - 73.5 % с висше образование и 62.9 % - със средно образование ($V = 0.28$).

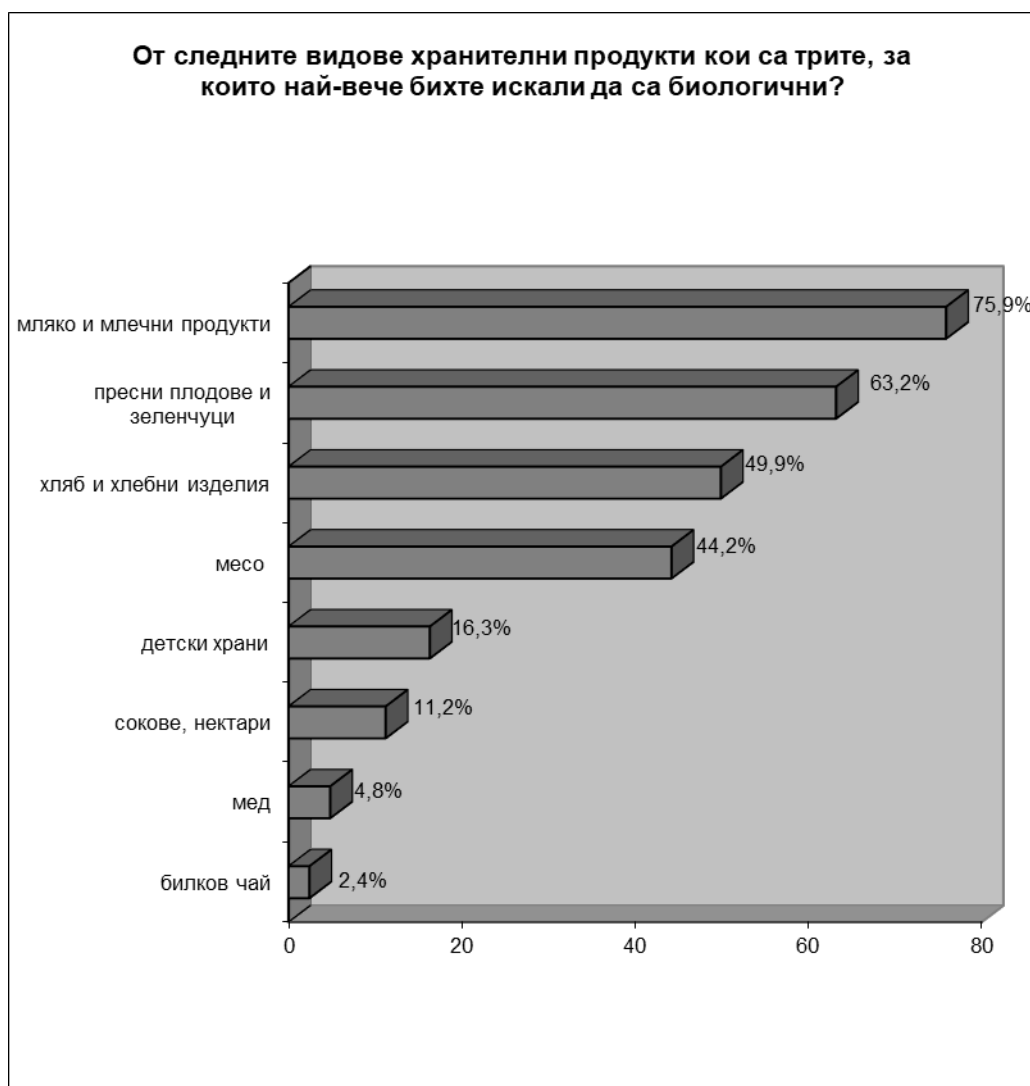


Фиг. 31. Причина за покупката на биологични храни

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

Проблемът с опазване на околната среда все още не е оценен у нас. Едва 16.8 % от анкетираните посочват това за съществена причина за покупката, за разлика от потребителите в ЕС, където процентът е значително по-висок. Този отговор са дали най-вече по-високо образованите консуматори - 34.5 % от анкетираните с висше образование и 18.3 % - със средно образование ($V = 0.23$). Такива са и потребителите, които вярват в специалния знак за биологични продукти и посочват маркировката като причина за покупка.. Това са потребители в активна възраст: 32.7 % от анкетираните с висше образование и 21.3 % - със средно образование. Същата причина са посочили и 34.8 % от учащите респонденти.

Кои хранителни продукти потребителя предпочита да са биологични?



Фиг. 32. Трите хранителни продукта, които се предпочитат като биологични

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

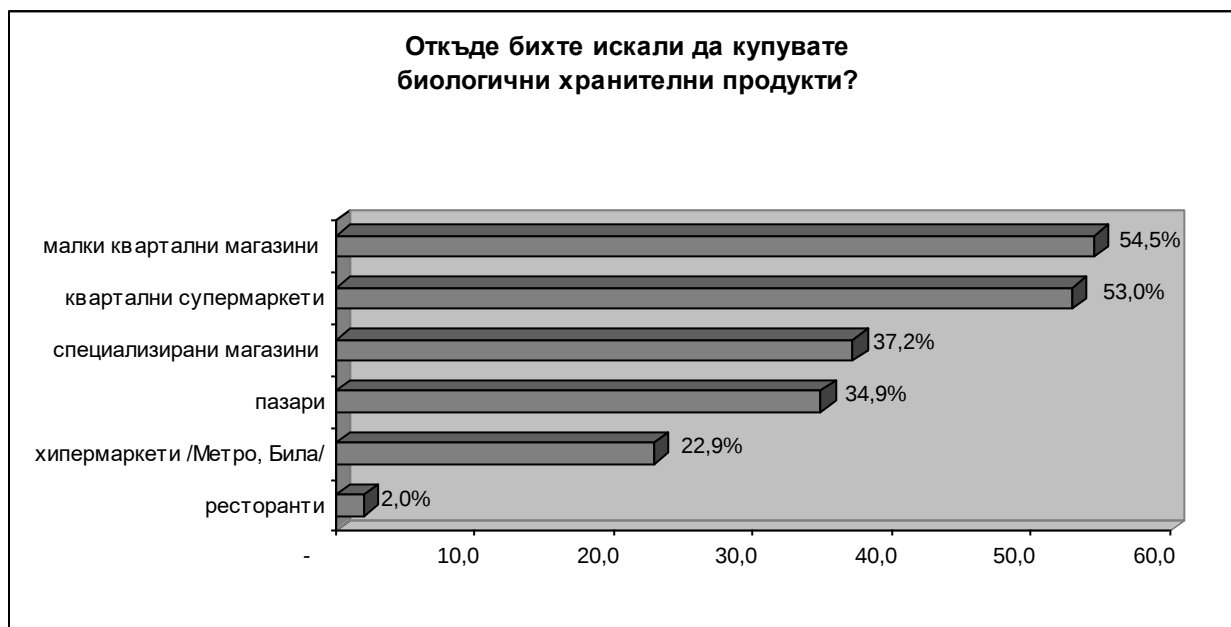
Българският потребител подрежда предпочитанията си за биологични продукти в следния ред:

1. мляко и млечни продукти - 75.9 % от анкетираните;
2. пресни плодове и зеленчуци - 63.2 % от анкетираните;
3. хляб и хлебни изделия - 49.9 % от анкетираните.

Предпочетените от анкетираните лица продукти представляват ежедневно консумираните храни от българина, оценени по качество и вкус (фиг. 32).

Откъде иска да купува биологични продукти българският потребител?

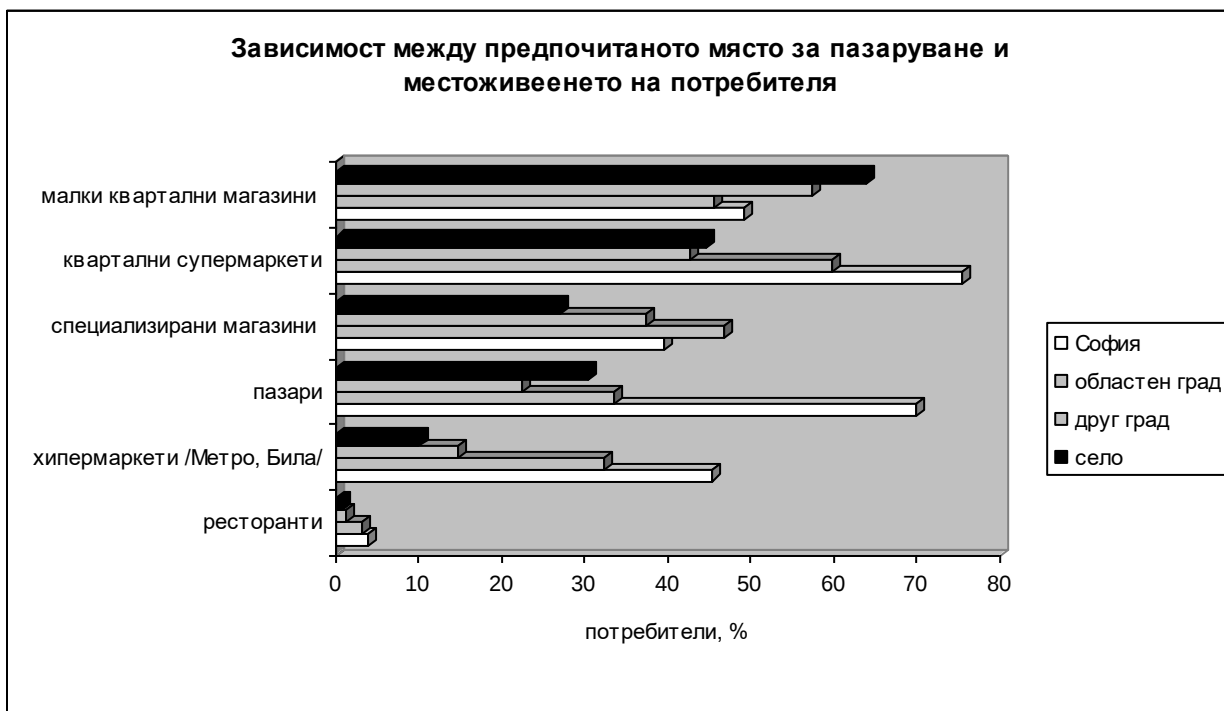
На първо място интервюираните са поставили малките квартални магазини - 54.5 % и съвсем близо до тях кварталните супермаркети – 53.0 %, като предпочитано място за пазаруване на биологични хранителни продукти (фиг. 33).



Фиг. 33. Предпочитани места за покупка на биологични храни

Забележка: Сумата от процентите на отговорите е повече от 100, тъй като е възможен повече от един отговор.

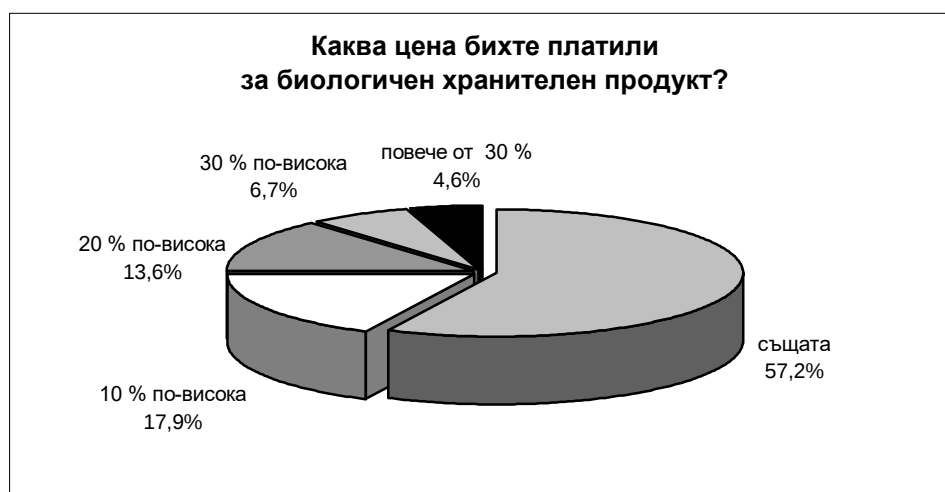
Тези места за покупка се предпочитат от представителите на всички видове населени места (фиг. 34). Жителите на София се доверяват също и на откритите пазари (69.8 %) и хипермаркетите (45.3 %). Жителите на малките градове предпочитат и специализираните магазини. Тези търговски обекти се избират и от по-високо образованите потребители - 49.6 % от анкетираните с висше образование и 45.9 % от тези със средно ($V = 0.27$). Прави впечатление сравнително високия процент от анкетирани учащи - 17.4 %, посочили като предпочитано място за покупка на биологични храни - ресторантите или местата за обществено хранене ($V = 0.21$). Младите хора ползват често този начин на хранене и съвсем естествено биха искали да могат да намерят и там такъв вид продукти.



V = 0.30

Фиг. 34. Предпочитано място за покупка на биологични храни в зависимост от местоживеенето

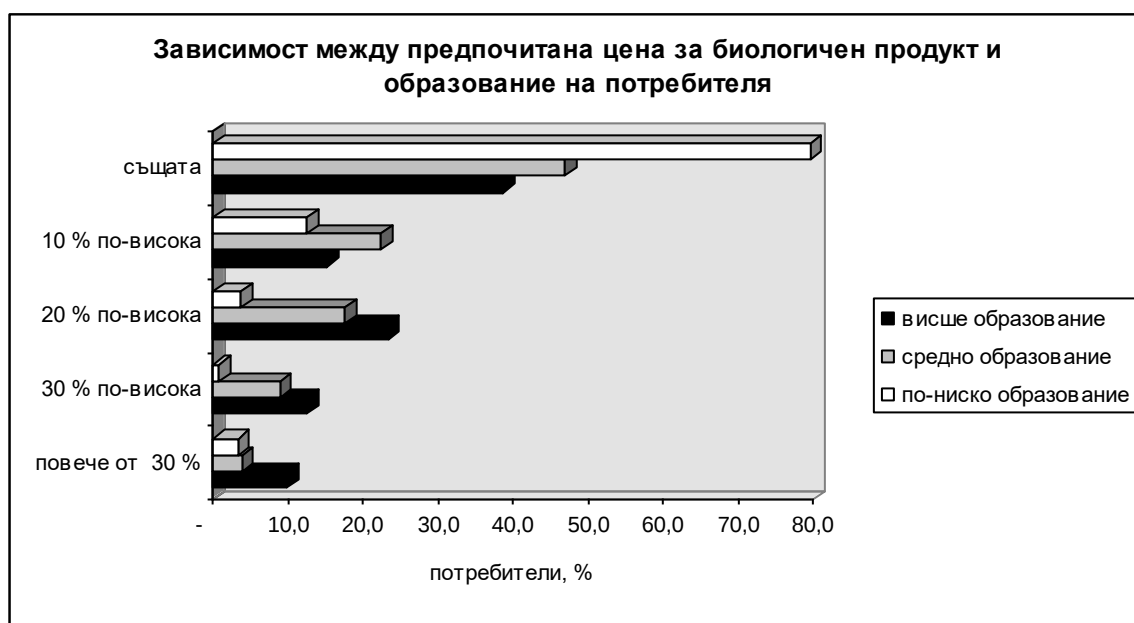
Каква е цената, която би платил потребителят за биологичен продукт?



Фиг. 35. Предпочитана цена на биологични продукти

Най-високият процент от потребителите - 57.2 %, са склонни да платят за биологичните продукти същата цена, не по-висока от тази на конвенционалния им аналог (фиг. 35). Това е цената, най-вече предпочитана от по-ниско образованите

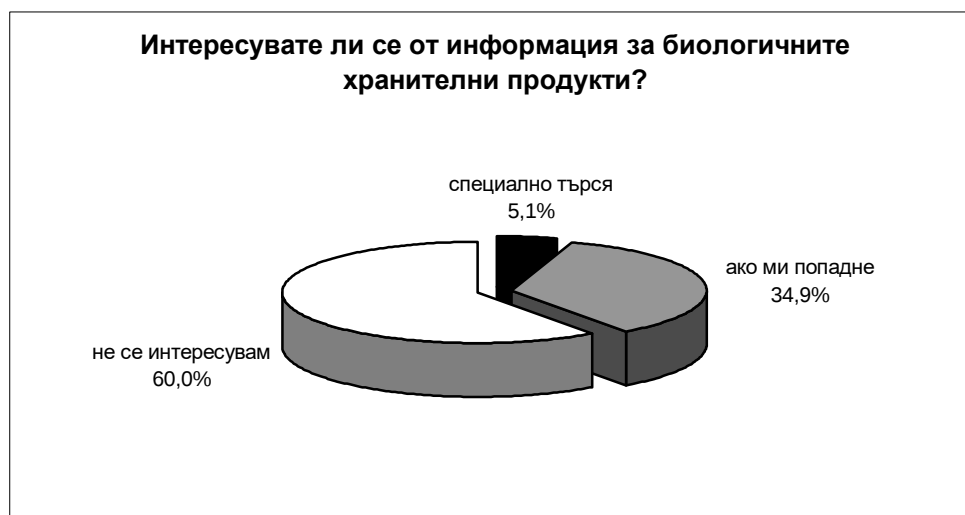
консуматори - 79.5 % от анкетираните с образование под средното ($V = 0.27$). Ниските доходи на тези респонденти, вероятно са една от причините по-високата цена на продукта да е нежелана. Едва около 11 % от потребителите биха платили 30 и повече процента за този вид хранителни продукти. Такава цена са склонни да приемат, естествено по-образованите потребители, които са и с по-високи доходи (фиг. 36).



$V = 0.27$

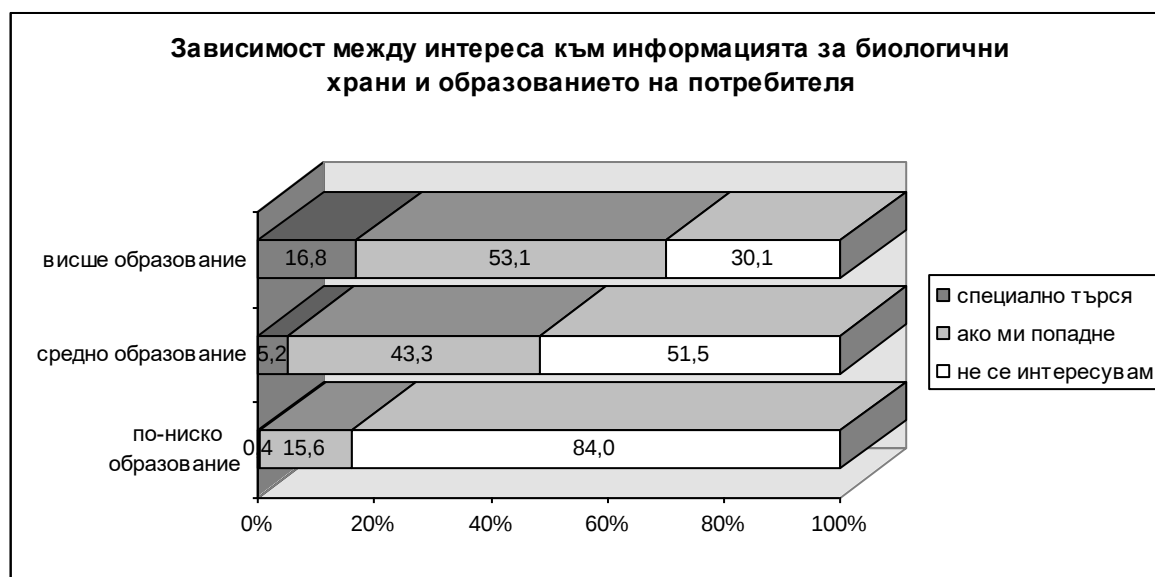
Фиг. 36. Предпочитана цена за биологични продукти според степента на образование

Степента на информираност и интересът на потребителите към биологичните продукти бяха изследвани чрез въпроса: **Интересувате ли се от информация за биологичните хранителни продукти?**



Фиг. 37. Интерес към информацията за биологични храни

Специално търсят информация за биологичните продукти само 5.1 % от интервюираните. По-принцип се интересуват - 34.9 % (фиг. 37). Така са отговорили по-високо образованите потребители и обратно, не се интересуват най-вече по-ниско образованите - 84.0 % от анкетираните с образование под средното (фиг. 38).

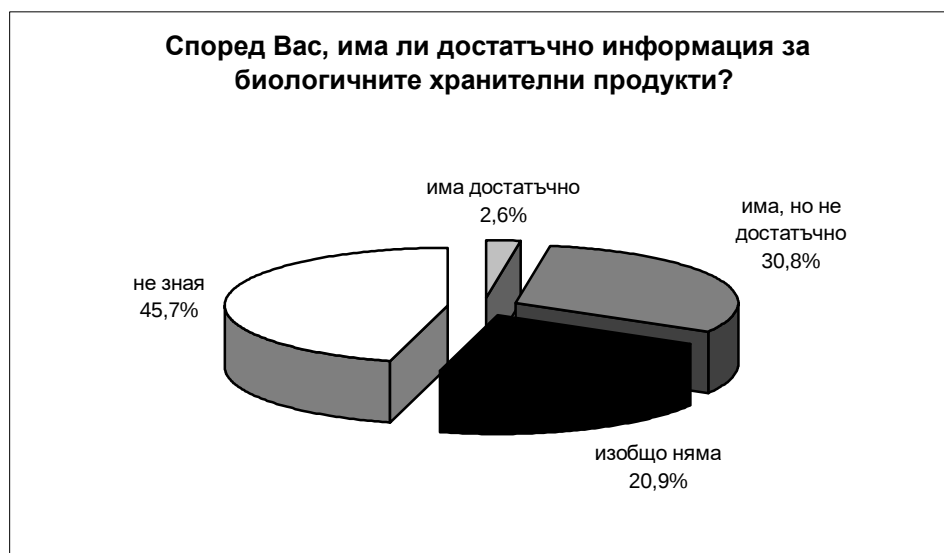


V = 0.30

Фиг. 38. Интерес към информацията за биологични храни според степента на образование

Мнението на потребителите, относно наличието и достъпността на информацията за биологичните продукти, не е еднозначно. Преобладаващата част от

анкетиранияте не знаят дали тази информация е достатъчна - 45.7 %. Групата се формира най-вече от по-слабо образованите респонденти - 68.7 % от анкетиранияте с образование по-ниско от средното. Това са представители на малцинствените етнически групи - 71.8 % турци и 68.2 % роми.



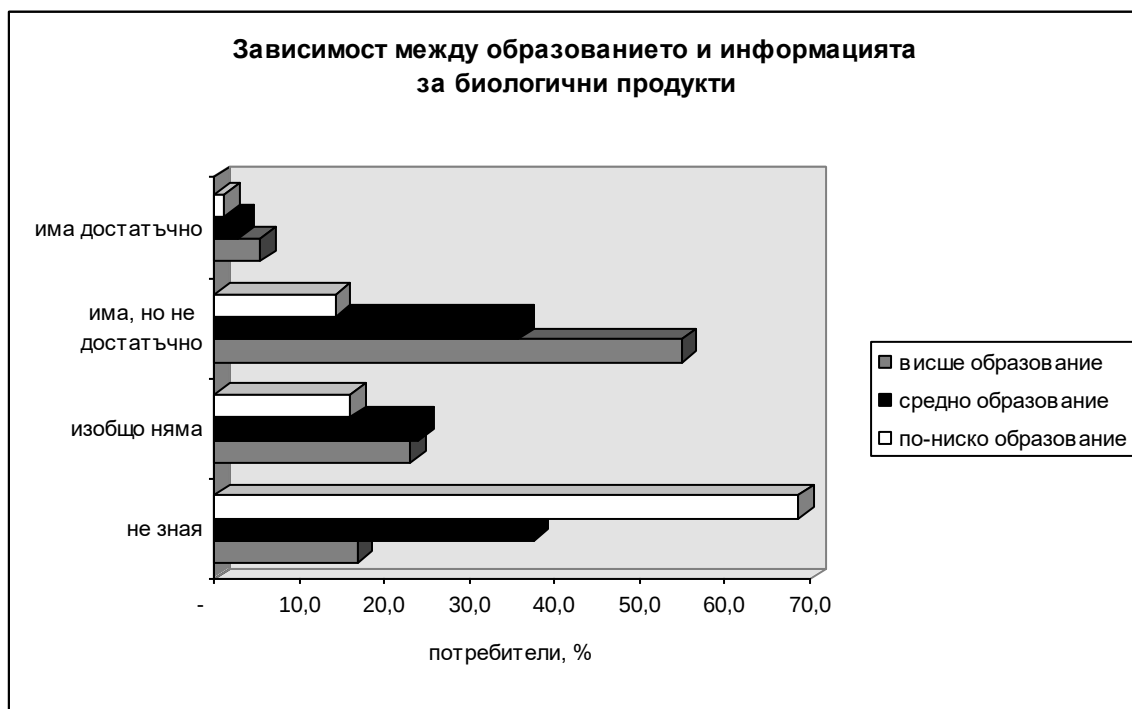
Фиг. 39. Информацията за биологични храни

Около една пета от интервюираните твърдят, че няма информация за биологичните хранителни продукти и 30.8 % смятат, че не е достатъчна (фиг. 39). От корелационната зависимост между този и предния въпрос се установи, че 62.5 % от анкетиранияте, дали този отговор, специално търсят такава информация (табл. 17). Едва 2.6 % от интервюираните смятат, че информацията за биологичните продукти е достатъчна.

Таблица 17. Зависимост между наличната информация за биопродуктите и интересът към нея? ($V = 0.44$).

Има ли информация за биопродуктите?	Специално търся информация	По принцип търся информация	Не се интересувам
Има достатъчно информация	12.5	3.3	1.3
Има някаква информация	62.5	59.8	11.1
Няма информация	22,5	24.7	18.6
Не зная	2,5	12,2	69,0
Общо	100.0	100.0	100.0

Връзката между информацията за биологичните продукти и степента на образование на интервюираните е естествена. Най-голям процент от потребителите с висше образование (54.9 %) твърдят, че има някаква информация, но тя не е достатъчна. Обратно, по-слабо образованите консуматори - 68.7 % от анкетираните с образование под средното, не знаят за това (фиг. 40).

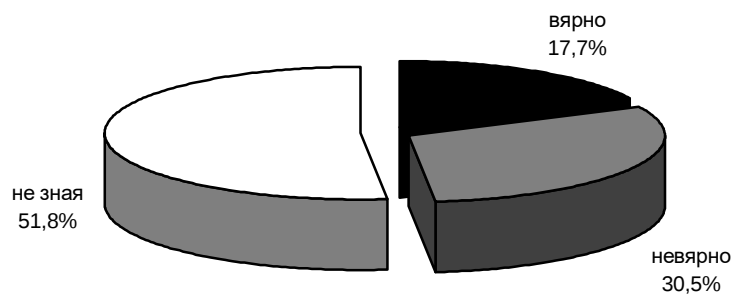


V = 0.28

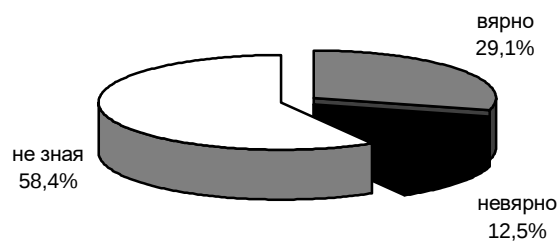
Фиг. 40. Информацията за биологични храни според степента на образование

Маркировката на хранителните продукти е начин за предаване на послания и информация към потребителя, с цел той да реализира покупката. За определяне степента на информираност и познанията на потребителите в областта на маркировката на биологични продукти бяха предложени три твърдения, които анкетираните трябваше да потвърдят, да отхвърлят или да отговорят с “не зная”. Отговорите на интервюираните са представени на фиг. 41.

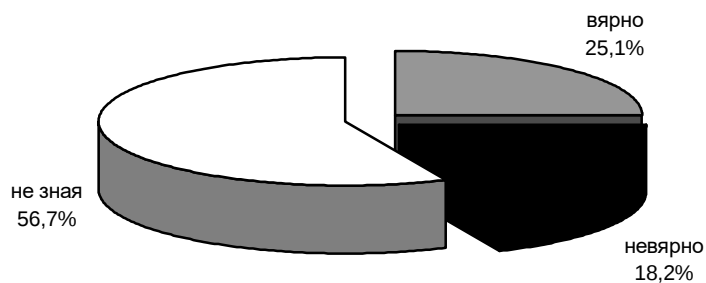
**Присъствието на надписа “екологично чист продукт”
върху етикета е доказателство, че той се произвежда по
биологичен начин?**



**Продуктите, означени със знака “зелена точка”,
са биологични.**



**Присъствието на специален знак за биологичен продукт
върху етикета е доказателство, че той се произвежда по
биологичен начин?**



Фиг. 41. Маркировката на биологичните продукти

Повече от половината от анкетираните отговарят, че не знаят. Към тях трябва да добавим и около 25 %, които са посочили грешен отговор т.е. информираността на потребителите за маркировката е твърде ниска. Получените резултати показват, че не се познава смисълът на различните видове маркировки. Например: “зелената точка” е екологична маркировка и тя се отнася за опаковката, а не за продукта в нея. Българският потребител не прави разлика между понятия като “екологично чист” и “биологичен”. От корелационния анализ бе установено, че дори онази част от анкетираните, специално търсещи информация за биологични храни, 43.5 % са дали грешен отговор или не знаят, че маркировката “екологично чист продукт” върху етикета не е доказателство за биологичния начин на производство (табл. 18).

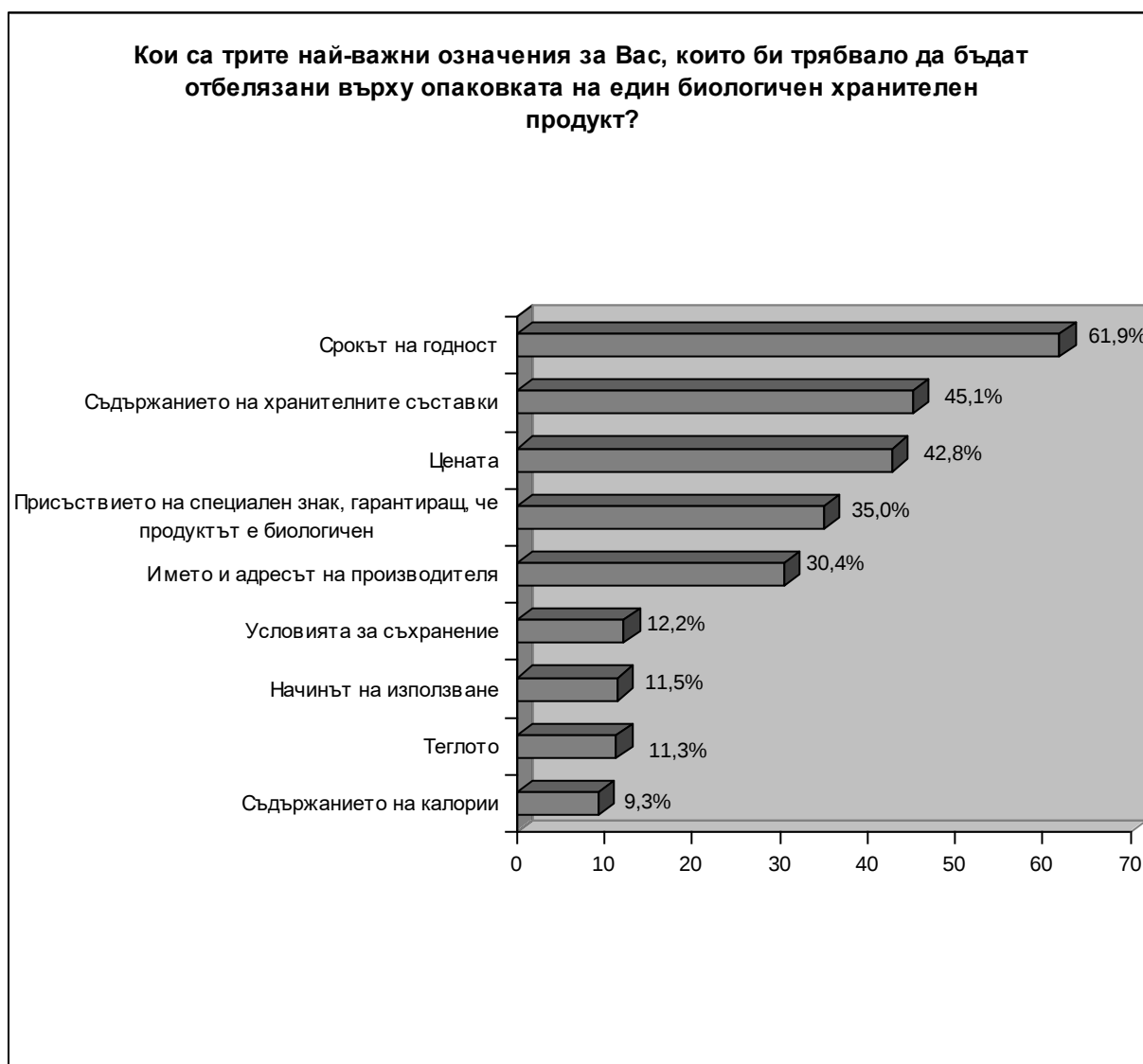
Таблица 18. Зависимост между отговора “маркировката “екологично чист” продукт върху етикета е доказателство, че е произведен по биологичен начин” и интересът към информацията за биопродукти ($V = 0.28$).

“Екологично чист” = биологичен	Специално търся информация	По принцип търся информация	Не се интересувам
Вярно	25.6	30.0	9.9
Невярно	56.4	40.4	22.7
Не знам	18.0	29.6	67.4
<i>Общо</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Маркировката отнасяща се до биологични храни е специален знак, с които цели да се повиши интересът на потребителите към продуктите и като следствие да се стимулира тяхната продажба. Обикновено, този знак се свързва с опазването на околната среда при производството и по-доброто качество на продукта. Как потребителят разпознава биологичния продукт сред останалите беше определено чрез въпроса: Кои са трите най-важни означения за Вас, които би трябвало да бъдат отбелязани върху опаковката на един биологичен хранителен продукт?

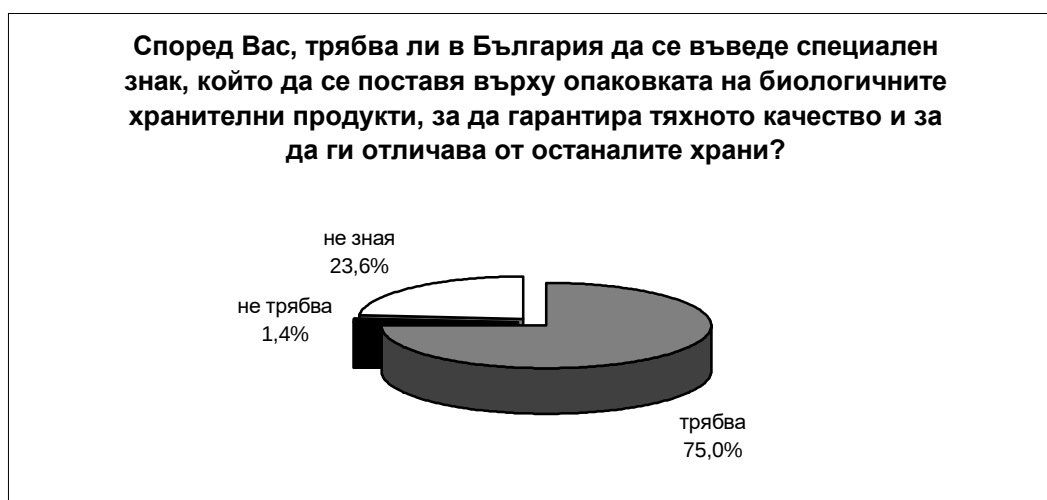
На първо и второ място са поставени срокът на годност и съдържанието на хранителни съставки, съответно от 61.9 % и 45.1 % от анкетираните (фиг. 42). Видно е, че притесненията на потребителя, отнасящи се до годността на стоката и нейния състав, са значително по-големи от всички други означения. Консуматорът степенува по-важност елементите от маркировката без да отчита факта, че става дума за специфичен

продукт – биологичен. На трето място по важност 42.8 % от анкетираните са поставили цената. Съвсем естествено това е проблем за потребителите с по-ниски доходи. Така са отговорили 51.5 % от пенсионерите и 44.4 % от безработните. Този отговор е посочен от потребителите с по-ниска степен на образование – 52.5 % от анкетираните с образование под средното. Едва на четвърто място 35.0 % от интервюираните са поставили специалния знак, идентифициращ биологичния продукт. Това са потребители в активна възраст, работещи, с по-висока степен на образование – 48.7 % от анкетираните с висше образование и 41.1 % от анкетираните със средно образование. Впечатление прави, че този отговор е посочен и от младите респонденти 56.5 % от анкетираните учащи ($V = 0.23$) т.е. нивото на информираност на младите хора е по-високо.



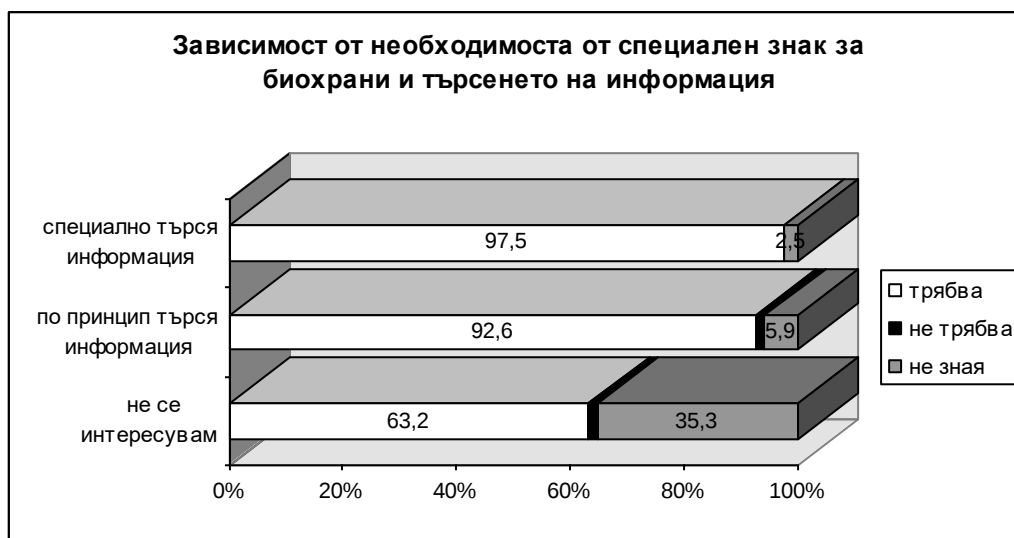
Фиг. 42. Означения върху опаковката на биологичните продукти

Маркировка по своята природа е в пряка връзка с качеството на предаваната информация – само с един знак върху етикета на продукта се постига много повече потребителски интерес, отколкото с присъствието на обичайните означения. За проверка на това мнение в анкетните карти бе включен въпросът: Според Вас, трябва ли в България да се въведе специален знак, който да се поставя върху опаковката на биологичните хранителни продукти, за да гарантира тяхното качество и за да ги отличава от останалите храни?



Фиг. 43. Необходимост от специален знак за биологични продукти

Повече от две трети от анкетиранияте категорично потвърждават необходимостта от наличието на такъв знак, а без мнение са 23.6 % (фиг. 43). Последният отговор е посочен главно от интервюирани, които не се интересуват от такъв вид информация (фиг. 44). Това са по-слабо образовани консуматори - 42.2 % от анкетиранияте с образование по-ниско от средното са дали този отговор.



V = 0.26

Фиг. 44. Необходимост от специален знак за биологични продукти според търсенето на информация

Глава шеста

КОМЕНТАРИ И ИЗВОДИ

6.1. БИОЛОГИЧНО ПРОИЗВОДСТВО И ПАЗАР НА БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ В СВЕТА

Развитие на биологичното производство

Светът продължава да “произвежда биологично” със забележителна динамика. Световният конгрес на IFOAM, проведен през август 2002 г. в Канада със своите 1300 участници от около 100 страни безспорно отрази това динамично развитие. На срещата в Рим на FAO World Food през юни 2002 г. и на Световната среща за устойчиво развитие в Йоханесбург през септември 2002 г. биологичното земеделие намери своето място като един от най-значимите дялове на устойчивото селско стопанство и на хранителната безопасност.

Европа продължава да заема лидерска позиция в развитието на биологичния сектор. Повечето от европейските страни имат забележителни резултати, като при някои от тях процентът на заетата с биологично земеделие площ е около 8 % от обработваемата площ (напр. Австрия, Швейцария, Швеция). Немският министър на земеделието заявява, че се планира увеличение на тези площи до 20 % през 2010 г. Швеция си поставя подобна цел за 2005 г. Европейският план за действие (European Union's Action Plan for Organic Agriculture) очертава рамките и има възможността да окаже положително въздействие върху бъдещото развитие на биологичното земеделие. Европейската практика показва, че успешната екологична политика, включително субсидиите за биологичните производители, могат да помогнат за постигане на

устойчив процент от селскостопанските земи, заети с биопроизводство. Тази политика включва още и ясна дефиниция на биологичното селско стопанство със законово разпознаване. Биологичните правила са важни не само при износа, но също и за консолидиране на доверието на консуматорите и при изграждането на местния пазар. Очертава се тенденцията държавните институции да създадат законовата рамка за регулиране на това производство, а дефинициите и специфичните правила на биологичното земеделие да се развият и контролират от частния сектор.

В много страни, и по-специално в тези, в които биологичното земеделие е в начален стадий, липсата на доверие в биологичните продукти задължително трябва да бъде преодоляна. За съжаление, някои случаи на фалшификация водят до недоверие сред потребителите.

Стандарти и сертификация

Хармонизирането на биологичните стандарти и сертификацията на национално ниво е от голямо значение за улесняване на международната търговия на биологични продукти. Чрез акредитационната програма на IFOAM вече са реализирани много търговски сделки. Първа значителна стъпка към това хармонизиране е направено на Конференцията за хармонизация на IFOAM/FAO/UNCTAD, проведена по време на ежегодния панаир на биологичното земеделие “BioFach” през февруари 2003 г. в Нюрнберг, Германия. С помощта на Ръководството на Codex Alimentarius може да се очаква, че постиженията на частния сектор във връзка с хармонизацията ще подпомогнат биологичните регулации в много страни. Отчитайки бързия процес на глобализация на пазара, биологичното селско стопанство се оказва важно предизвикателство пред много производители от всички точки на земното кълбо. Стандартите за биологично земеделие не се използват при пускането на биопродуктите на местния пазар, както и в случаите на сезонни разпродажби. Транспортирането на дълги разстояния по целия свят се смята за критичен по отношение на ефикасността и екологичното използване на енергийните ресурси. Дори и ако продажбата на биологичните продукти в супермаркетите се окаже бъдещият начин на предлагане на този вид продукти в много страни, за биологичното земеделие е от значение да се гарантира и да се увеличава снабдяването на местния и регионалния пазар с тези здравословни храни. Това е много важна област от международния обмен на стоки,

която може да се развива както в северните страни, така и в страните, в които се произвеждат кафе и банани.

Пазар на биологични продукти

Пазарът на биологични продукти се разраства непрекъснато, особено в индустриализираните страни. Делът на устойчивия биологичен продукт на повечето пазари е значителен. Въпреки някои индикатори за временна пазарна наситеност, потребителското търсене на биопродукти продължава да нараства.

На национално ниво, делът на биологичните продукти е един-два процента от общите продажби на пазара. Съществуват още много сериозни пречки пред бъдещото развитие на биологичния пазар, които трябва да бъдат преодоляни. Макар, че страните с най-голям биологичен пазар са също и основните производители на биохрани, за развиващите се страни съществува голям експортен потенциал. В същото време, в много от тях съществува и потенциал за развитие на вътрешен пазар, който все повече се разраства.

По-високата цена на биохраните е необходима за да компенсира фермерите за техните усилия за запазване на околната среда. От друга страна, тя представлява стимул за нови производители да преминат към биологично производство. В същото време биологичната индустрия се сблъсква с ценовия натиск и конкуренцията на пазара. Въпреки, че има достатъчно голямо търсене, необходимостта от по-ниски цени за биологичните храни ще се проявява все повече.

6.2. БИОЛОГИЧНОТО ПРОИЗВОДСТВО В БЪЛГАРИЯ И ПРЕДПОЧИТАНИЯТА НА БЪЛГАРСКИЯ ПОТРЕБИТЕЛ КЪМ БИОЛОГИЧНИ ПРОДУКТИ

Развитие на биологичното производство

Нашата страна със своето географско положение и климатични особености е една от най-плодородните в света. От друга страна по икономически причини природата ни е запазена сравнително чиста. Отчитайки особеностите на българското селско стопанство и природните и икономически дадености, може да се каже, че производството на биологични продукти е изключително подходящо за страна като България. Съществено място в това земеделие могат да заемат планинските и полупланинските райони.

Наред с тези дадености, трябва да се отбележи и наличието на нормативна база за условията и изискванията на биологичното земеделие, както и фактът, че през м. юли 2003 г. в страната е одобрен първият сертифициращ орган за контрол на биологични продукти.

Основната цел на настоящия проект е изследване на проблемите, свързани с развитието на биологичното земеделие в България, които до сега не са били обект на систематични изследвания. В тази връзка за първи път беше проведено проучване на нагласата на българските производители за биологично производство и на българските потребители към биологичните продукти.

6.2.1. Изследване на проблемите на българския производител на биологични продукти

Анкетирани производители

В рамките на разработвания проект беше проведено анкетно проучване за нагласата за биологично производство в представителна група от производители на хранителни стоки, сред които има вече сертифицирани биопродукти. Като подходящи за проучването бяха избрани производителите на *млечни и месни продукти*; на *зеленчуци и плодове и продуктите от тяхната преработка*; на *пчелен мед*, както и фирми от *винарската промишленост*. От анкетирани 432 производители само 41 (9.5

%) са представители на групата на реално занимаващи се с биологично производство. Сред тях преобладават малките производствени предприятия (малки семейни фирми при пчеларите). Отклонение от това се наблюдава при производителите на вина, на млечни и на месни продукти, при които делът на малките производствени предприятия (до 30 заети в производството) не надвишава съответно 31.0 %, 56.1 % и 34.3 %.

Проучваните от нас производители реализират продукцията си главно на българския пазар, като с увеличаване броя на заетите в производството се забелязва и увеличаване на процента анкетираните, заявили, че изнасят на европейски и други пазари. За разлика от всички останали групи в изследването, близо 80 % от винопроизводителите заявяват износ на пазарите от Европейския съюз и около 60 % - на други чужди пазари.

Производители на биологични продукти

Анкетираните производители на биологични продукти, в по-голямата си част, попадат в сегмента “брой заети в производството до 10 човека”. Производителите с брой заети в производството от 11 до 30 души не надвишават 20 %. Те реализират продукцията си главно на българския пазар, като процентът на износителите на чужди пазари е несъществен.

Понятие за биологично земеделие

Повече от половината от анкетираните български производители имат погрешна представа, че произвеждат биологична (“екологично чиста”) продукция, защото не използват или използват в незначителни количества пестициди, антибиотици или химични торове. В групата на производителите на вина и млечни продукти заявили, че произвеждат биопродукти са най-висок процент, съответно 61.4 % и 60.0 %. Според мнението на пчеларите, участващи в проучването, медът може да се разглежда като своеобразен индикатор на чистотата на околната среда. Те споделят, че макар и без сертификат за биологичен продукт, българският мед притежава отлични вкусови качества и “чистота”. Всичко това показва, че е налице непълна представа за биологичното производство, далеч от идеята за устойчиви селскостопански практики.

Малка част от анкетираните производители на биологични продукти, отговарят, че не произвеждат биопродукти. Този резултат може да се обясни с факта, че все още не всички от тях са сертифицирали своята продукция.

Половината от анкетираните декларира, че са запознати с правилата (стандартите, наредбите и др.) за производство на биологични продукти. Високият процент запознати и частично запознати винопроизводители вероятно се дължи на факта, че в този сектор е съществувала нормативна база за сертификация на т. нар. “екологично чисти вина”. Според изискванията на Наредба № 3 от 25 март 1998 г. на Министерството на земеделието, горите и аграрната реформа за производството на екологично чисто грозде и вина са регистрирани десетки вина под наименованието “екологично чисти”. С приемането на наредбите за биологично земеделие през 2001 г. горната наредба е невалидна.

Най-висок процент на запознатите и частично запознатите закономерно се отчита в групата на производителите, реално занимаващи се с биологично производство – общо 97.5 %.

Проверка на основните познания на производителите за биопроизводството

Проверката на познанията показва, че проучваните производители са частично запознати с правилата за биопроизводство:

- По-голямата част от анкетираните лица възприемат биопроизводството, като система от строго и непрекъснато контролирани производствени практики;
- Това, че само половината от производителите отхвърлят твърдението, че продуктите, получени по обикновените методи са биологични, отново потвърждава, че анкетираните възприемат погрешно или че не познават смисъла на понятието биологичен продукт;
- Резултатите от изследването показват, че съществува нееднозначно възприемане на маркировката “БИО”, като доказателство за този специфичен начин на производство. Данните не са изненадващи на фона на установената нехомогенност на използваните термини при назоваване на този вид продукти в страната.

Анкетираните пчелари свързват биологичното производство главно с мерките за контрол. Производителите и преработвателите на зеленчуци и плодове разграничават

този начин на производство от обикновените методи, но не и биомаркировката. Повече от половината от анкетираните месо- и млекопреработватели, както и занимаващите се с животновъдство, демонстрират коректни представи за биологичното производство. Те оценяват строгия и непрекъснат контрол на производствения процес, специфичния начин на производство и маркировка. Резултатите от теста за винопроизводителите (независимо от размера на предприятието) се доближава до процента правилни отговори в групата на реално занимаващите се с биологично производство.

Проверката на познанията показва, че проучваните производители на биологични продукти имат коректни представи за биологичното производство, като оценяват строгия и непрекъснат контрол на производствения процес и специфичния начин на производство.

Информация за биологичното производство

Проучването показва необходимостта от много повече информация за биологичното производство. В някои групи производители (млеко- и месопреработватели, както и при занимаващите се с животновъдство) липсата на информация е по-ясно заявена. Сред анкетираните се откроява значително по-информираната група на реално занимаващи се с биопроизводство, където 61.0 % отговарят, че намират такава информация.

Източници на информация за биопроизводството

От получените отговори се установи, че необходимата на производителите информация трябва да се поднася по подходящ начин от традиционно уважаваните *браншови организации* и *специализираните издания*. Това се доказва и от анализите, направени за всяка отделна група производители. Интересно е да се подчертае значителният процент млекопреработватели (79.2 %) и месопреработватели (56.3 %), заявили като първи източник на информация “браншовите организации”. Пчеларите и животновъдите, участвали в проучването, предпочитат специализираните издания, като най-подходящо място за представяне на актуална научна информация за биологичното земеделие. Реално занимаващите се с биологично производство също предпочитат

информацията от специализираните издания, поставена на първо място от 61.5 % от анкетираните.

Прави впечатление, че средствата за масова информация се посочват като по-малко предпочитани от всички групи анкетираните производители. Интересно е да се отбележи, че една четвърт от малките производители и преработватели на зеленчуци и плодове (с брой заети в производството до 30 души), поставят средствата за масова информация на първо място в горната класация. Обратно, за фирмите, с по-голям числен състав този източник на информация е на по-заден план.

Като други източници на информация анкетираните са посочили “Интернет-страница за биопроизводство”, “семинари, конференции, симпозиуми”, “абонаментни издания на адреса на производителя”, “информация от месните организации” и др.

Препоръчителен е примерът на много страни (САЩ, Канада, Нова Зеландия и някои европейски страни), където в последните години се създават специални *центрове за популяризиране на биологичното селско стопанство*. Тези центрове, най-често дело на неправителствени организации, търсят ефективни методи за разпространението на информация за биологичното производство и за подпомагане на производителите. Обединяването на усилията на съществуващите неправителствени организации в България, като Фондация “Биоселена”, Сдружение “Агролинк”, Асоциация “Екофарм” може да запълни установената липса от информация сред българските производители.

Мотивация за биопроизводство

Проведеното проучване установи, че независимо от групата, анкетираните лица поставят на първо място *търсенето на този вид продукти на пазара* сред мотивиращите фактори за биологично производство.

Мотив за предприемане на такова производство, като *възможност за по-голяма печалба* заема следващото място в класацията.

За разлика от европейските производители тук *екологичните съображения* са оставени на по-заден план. Анкетираните производители на вина и млечни продукти поставят *възможността за запазване на традиционни или регионални производства* по-високо в класацията на факторите за предприемане на такъв вид производство.

Съображението, че *вече произвеждат такива продукти* е посочено от повечето анкетираните производители от всички групи, участващи в изследването.

Производители на биологични продукти

Повече от половината от анкетираните лица (68.2 %) поставят на първо място съображението, че вече произвеждат такива продукти. Прави впечатление, че анкетираните от групата поставят възможността за запазване на традиционни или регионални производства и за опазване на околната среда по-високо в класацията на факторите за предприемане на такъв вид производство, в сравнение с останалите производители.

Помощ от страна на държавата

Риск от финансови загуби при преминаване към биологично производство

Голямата част от участващите в проучването осъзнават риска от финансови загуби при преминаване към биологично производство. Те биха поели този риск при условие, че държавата ги подпомогне в преходния период. Тук се откроява групата на реално занимаващите се с това производство, отговорили с най-голяма категоричност - 92.3 % от производителите в групата потвърждават, че подходящото държавно подпомагане е от съществено значение за биологичното земеделие.

Механизми за подпомагане на биологичното производство

Анкетираните български производители заявяват необходимост от конкретни механизми за подпомагане на биологичното производство. Предпочетени от всички участници в изследването са *преките държавни субсидии и гарантираното изкупуване на продукцията на твърди цени*. Значително по-нисък процент от производителите и преработвателите на зеленчуци и плодове (26.8 %) смятат, че най-важната помощ би била гарантираното изкупуване на продукцията при твърди цени. Такъв интерес са проявили главно предприятията от сегмента “до 10 души заети в производството” – 81.5 % от тях класират този вид помощ на първите три места.

Получените от анкетата данни показват, че все още не е изградена реална представа за *контрола и сертификацията на биопроизводството*, поради което не е осмислена помощта от такъв тип. Поемането на разходите за сертификация е оценено

най-вече от големите месопреработвателни предприятия – 100 % от фирмите със състав над 300 души, заети в производството, поставят подпомагане от този вид на 1-во място. Независимо от размера на предприятието, близо 40 % от млекопреработвателите класират помощта при сертификация едва на 5 място.

Осигуряването на пазари в чужбина не се оценява от обикновените производители като съществена помощ, за разлика от реално занимаващите се с биологично производство, при които този подход заема място, непосредствено след преките субсидии в класацията.

Механизми за финансово подпомагане от типа на *кредити с голям гратисен период* или *с ниски лихви* не са предпочитаните средства от страна на анкетираните. *Нисколихвените кредити* се оценяват от месопреработвателите, изнасящи на чужди пазари, извън Европейския съюз – 100 % от анкетираните, декларирали, че реализират продукция на тези пазари, поставят на първо място *кредитирането*, като вид държавно подпомагане, в сравнение с 3.7 % от месопреработвателите, които не изнасят на тези пазари.

Производители на биологични продукти

Анкетираните от групата поставят на първо място (69.4 %) *преките държавни субсидии* за производителите. Макар и от значително по-малка част от проучваните производители, поемането на разходите по сертификация (15.6 %), както и осигуряването на пазари в чужбина (14.3 %) се оценяват като съществена помощ от страна на държавата.

За разлика от конвенционалните производители, значително по-нисък процент от анкетираните в тази група (13.8 %) смятат, че най-важната помощ би била *гарантираното изкупуване на продукцията* при твърди цени. Механизми за финансово подпомагане от типа на *кредити с голям гратисен период* или *с ниски лихви*, не са предпочитани от страна на анкетираните (съответно 10.7 % и 3.4 %).

Важен инструмент в тази насока е бъдещото прилагане на дейностите, предвидени в *мярка 1.3*. “Развитие на селскостопански дейности, целящи опазване на околната среда” на Националния план за развитие на земеделието и селските райони, които се финансират чрез програмата САПАРД.

Възможност за износ на европейския пазар

Получените резултати показват, че анкетираните виждат в производството на биологични продукти възможност за износ на европейския пазар. В тази връзка, усилията би трябвало да се насочат към разработване на *специална програма за износ* на българските биологични продукти, наред с националната стратегия за биоземеделие по примера на много държави от Източна и Централна Европа, Австралия, Нова Зеландия и др. Като основна цел на такава програма се очертава въвеждането на България в списъка, създаден от Европейската комисия за внос на биологични продукти от т. нар. *“трети” страни*. Това би улеснило достъпа на български биологични продукти на тези пазари.

Показаните по-горе оценки на българските производители за това, че биологичните продукти притежават голям потенциал за износ на европейския пазар, се потвърждава за повечето производства.

През периода на проучването влезе в сила *Закон за пчеларството* [24], в който за съжаление биологичното производство на пчелен мед и други пчелни продукти не се коментира. В страната вече има учредена Асоциация на производителите на биологичен мед. Типичен регион за това производство е Еленския Балкан. Пчеларите от района са преминали обучение в България и в чужбина, като скоро се очаква да сертифицират своята биопродукция. Своеобразно обединяващо звено е и фирмата “Герада”, единствената българска фирма, изнасяща биологичен мед на европейския пазар. Тя осъществява дейността си, в сътрудничество с около 100 индивидуални производители на мед, като едновременно полага усилия за тяхното обучение. Биологичният пчелен мед има добри пазарни перспективи. На английския пазар например се реализира 100 % вносен пчелен мед, тъй като в страната няма условия за биологично производство.

За производителите на *плодове и зеленчуци* съществуват добри възможности за износ на европейския пазар, но при преработвателите трябва да се реши проблемът с наличието на достатъчно сертифицирана суровина за биологично производство. Тук може да се отбележи потенциалът за износ на европейския пазар на диворастящи плодове и билки и продукти от тяхната преработка.

От съществено значение за развитието на биопроизводство в *млекопреработвателния сектор* е наличието на биологична суровина. Важно е да се отбележи, че по-голямата част от този вид предприятия се ориентират към въвеждане на системи за безопасност (НАССР, ДПП и др.), системи за управление на качеството

ISO 9000, системи за управление на околната среда ISO 14 000 и т. н. Това би улеснило производството и износа на специфичните за България млечни продукти (биволско кисело мляко, сирене от биволско мляко, овче сирене и др.). Биологичното производство е много подходящо за малките семейни ферми в планинските и полупланински райони на страната, където няма замърсяване с агрохимикали.

Големи възможности в тази посока имат и *винопроизводителите*. Имиджът на виното като здравословен хранителен продукт и интересът от страна на нови групи консуматори (млади хора и жени) с изразени екологични предпочитания позволява разширяване на пазара на вината в международен план. Производството на вина от биологично грозде е един сериозно разширяващ се сектор, главно поради увеличаващото се търсене на пазара. Показателен е примерът на Италия, която е на първо място по производството на вина от биологично грозде в Европейския съюз [25]. Широката гама от висококачествени вина от биологично грозде е важен елемент от експорта на Нова Зеландия [26]. Потенциалът за износ се подкрепя и от съществуващата пазарна ниша за тези вина в Англия, Холандия, Белгия и други страни, непроизвеждащи вино в Европейския съюз. По примера на Италия, където е разработена специална търговска стратегия за този вид вина, в бъдещата национална стратегия за развитие на лозаро-винарския сектор в България, би трябвало да намери място в производството на биологично грозде. Липсата на класифицирани и на сертифицирани лозовите насаждения също може да повлияе на развитието на това производство.

Вероятна пречка за развитието на биологично производство в областта на *животновъдството и месопреработката* ще се окаже силната зависимост от сертифицирана биологична суровина. Тук трябва да се подчертае и фактът, че европейският пазар на биологично месо е малък. Пазарният дял на биологичните свинско и птиче месо е изключително нисък, а консумацията на биологични яйца достига едва 1.2 % от общата консумация на яйца в Европейския съюз.

6.2.2. Изследване на тенденциите в предпочитанията на българския потребител към биологични продукти

Развитието и успехът на биологичното земеделие в страните от Централна и Източна Европа зависи главно от възприемането на биологичните продукти от консуматорите. Основните проблеми в повечето от тези страни са свързани с ниския потребителски интерес към биохраните [27]. Ето защо в рамките на проекта бе проведено изследване чрез анкетното проучване на потребителите със следните **задачи**:

- да се установи разпознава ли българският потребител биологичните продукти и какво е отношението му към тях;
- да се проучи структурата на предпочитанията на българския потребител към биологичните продукти;
- да се проучат и анализират начините за повишаване на доверието и културата на потребителя към биологичните продукти и необходимостта от информация и обучение.

Анкетирани потребители

Анкетното проучване беше проведено чрез индивидуално стандартизирано интервю със 785 потребители над 17 години. Проучването е национално представително, като изследваната извадка по демографски характеристики (пол, възраст, образование, местоживеење и етническа принадлежност) се доближава до статистическите данни за страната.

Разпознава ли българският потребител биологичните продукти?

Повече от половината от анкетиранияте *български потребители не разпознават биологичните продукти* и не правят разлика между тях и обикновените им аналози. Около една четвърт от интервюираните не свързват с нищо биологичните хранителни продукти т.е. тези потребители нямат информация и не са запознати със специфичните особености и регулацията на биологичното производство. Около 26 % от запитаните възприемат биохраните като такива, които не съдържат вредни химични вещества

(нитрати). Основното заключение е, че голяма част от населението реално *не разбира какво точно означава понятието “биологичен продукт”*.

По-големият процент от полските потребители също не разпознават биологичните хранителни продукти и не познават специфичната регулация на производството им. Както и у нас, около 70 % от анкетиранияте възприемат биологичните храни като не съдържащи вредни вещества и в същото време едва около 30 % искат да консумират такива храни [28]. Според маркетингозите, главната причина за пазарните проблеми на биохраните е етимологичната несигурност сред потребителите, т. е. те не разбират понятието “биологичен продукт”.

Интерес към биологичните храни

Българският потребител *свързва* най-вече биологичните хранителни продукти със *здравословния начин на живот и с ниското съдържание на нитрати* в тях. По данни на IFOAM [27] в Източна и Централна Европа, там където съществува интерес към биологични храни, той се дължи най-вече на грижите за собственото здраве на консуматорите, а не толкова на загрижеността към проблемите на околната среда. Вероятно, това ще се окажат съществени фактори, които естествено ще насочат потребителите към този вид продукти.

Първите три най-важни характеристики, които биха накарали нашите потребители да купуват биологични храни са *здравословният ефект, по-доброто качество и по-добрият вкус на биологичните храни*. В последните проучвания сред консуматорите на биологични храни в Германия, както и у нас, около 70 % са изтъкнали безпокойството за собственото си здраве, като причина за покупката на биохрана [29]. Същите са мотивите за покупка на биохрана и в Унгария и в Полша [27, 30]. В Чешката Република потребителското търсене е свързано и с притесненията на младите майки за здравето на децата им [31].

Структура на предпочитанията на българския потребител към биологичните продукти

Около една трета от анкетиранияте български потребители *търсят специално или купуват, когато забележат* биологични хранителни продукти. Най-общо казано, консуматорите на биохрана са *по-образованите и по-знаещите, те са в активна*

възраст и с по-високи доходи. Редовните купувачи представляват много малка част от групата. Трябва да се отчете обаче и фактът, че предлагането на биологични продукти е все още ниско у нас. От друга страна, хората, които отглеждат собствена продукция са по-малко заинтересувани от биохраните.

Аналогични резултати показват анкетните проучвания, направени за други пазари, където главните потребители на биологични продукти са хора със средни и високи доходи, те не се интересуват от цената и най-често пазаруват в магазините за здравословни храни. Изборът на тези продукти се основава на тяхната полезност [32].

Около две трети от интервюираните не търсят биологични храни и главните причини за това са липсата на интерес, това, че сами произвеждат и недоверието, че продуктите са биологични.

Българският потребител *предпочита млякото и млечните продукти, пресните плодове и зеленчуци, хляба и хлебните изделия да са биологични.* За разлика от нас, в Полша например най-голямо е търсенето на месни продукти и преработени храни [28], но това е свързано и зависи от особеностите на националната кухня и културата на хранене.

Предпочитаното място от българския потребител за *пазаруване* на биологични хранителни продукти са *малките квартални магазини и кварталните супермаркети.*

По-голямата част от продажбите на биологични продукти в страните от Централна и Източна Европа се извършват в специализираните магазини, където се предлагат заедно със здравословните храни. Предполага се, че купувачите в тези магазини са по-добре запознати със системите за сертификация и контрол.

Повече от половината от потребителите са *склонни да платят за биологичния продукт същата цена,* не по-висока от тази на конвенционалния му аналог. Едва около 11 % от анкетирания биха платили 30 и повече процента за този вид хранителни продукти. Такава цена са склонни да приемат по-образованите потребители, които са и с по-високи доходи.

Подобни резултати са получени и в Полша - около 40 % от потребителите са готови да платят по-висока цена за биологичните продукти [28].

Необходимост от информация

Мнението на потребителите, относно наличието и достъпността на информацията за биологичните продукти, не е еднозначно. Специално се интересуват от биохрани само 5.1 % от интервюираните, по-принцип - 34.9 %. Повече от половината от тях смятат, че *информацията за биологичното производство* и неговите продукти *не е достатъчна или липсва* т.е българският потребител осъзнава *необходимостта от нея*.

Добър пример в това отношение е провеждащата се широка медийна кампания за популяризиране на биологичното земеделие и биопродуктите в САЩ, след въвеждане на Националните биологични стандарти през октомври 2002 г. Това естествено доведе до увеличаване на потребителите на биологични продукти [26].

Информираността на анкетираните в областта на маркировката у нас е твърде ниска. Българският потребител *не разпознава биологичната маркировка и не оценява ролята ѝ при покупка*. Биологичното лого се нуждае от реклама и популяризиране, с цел да бъде разпознат биологичния продукт на пазара. Подобряването на информацията и налагането на единен знак за биологичното производство в страната ще бъде един от най-съществените фактори за развитието на биологичния пазар.

В подкрепа на това е и резултатът от анкетното проучване, от което 75 % от интервюираните потвърждават необходимостта от наличието на специален знак, който да се поставя върху опаковката на биологичните продукти, за да се гарантира тяхното качество и да ги отличава от останалите храни.

Повечето от страните с големи пазарни дялове на биологични продукти имат широко разпространен национален знак и потребителите го разпознават твърде добре. Добър пример за това са Дания и Швеция, където повече от 90 % от потребителите разпознават знака за биологични продукти [21]. Това потвърждава, че въвеждането на единен национален знак за биологични продукти е важен фактор водещ до повишаване на продажбите на тези храни. В противен случай екологичната маркировка на хранителните продукти в България ще бъде неефективна и ще липсва мотивация за покупка сред потребителите.

ЛИТЕРАТУРА

1. Pirkhuber, W., C. Gruendlinger, Der biologische Landbau in Österreich, Umweltbundesamt, Vienna, 1993
2. Luann, L., Factors Affecting International Demand and Trade in Organic Food Products, Economic Research Service – USDA, 2001
3. Off. J. Eur. Comm., L 297, 13.10.1992, pp. 16
4. Димитров, Ю., Чиста природа - добър пазар, Екосвят, 2, 2002, стр. 80-81
5. New SOEL - Study on Organic Agriculture World -Wide, 4 Edition, 2002
6. IFOAM Basic Standards for Organic Production and Processing, IFOAM, 2000
7. Codex Alimentarius Commission, FAO/WHO, June 1999
8. FAO/WHO 1999, Directives de la Commission du Codex Alimentarius concernant la production, la transformation, l'étiquetage et la commercialisation des aliments issus de l'agriculture biologique cac/gl 32-1999
9. Influence de l'agriculture biologique sur l'innocuité et la qualité des aliments Vingt-Deuxième Conférence Régionale de la FAO pour l'Europe, Porto (Portugal), 24-28 juillet 2000
10. FAO, 1999, Agriculture biologique, 15^{ème} Session du Comité de l'agriculture, Rome 25-29 janvier 1999
11. Council Regulation 1804/99 for organic animal production
12. Combenègre, J. – P., Les signes de la qualité des produits agro-alimentaires, Ed. France Agricole, Paris, 1995
13. The National Organic Program, US Department of Agriculture, Washington, 2002
14. Marché du BIO et des breuvages de soya et de riz au Canada et aux États-Unis, Centre des études de marché et le Service canadien des délégués commerciaux, Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Août 2001
15. L'agriculture biologique – Guide sur la réglementation communautaire, Commission européenne, 2000
16. Off. J. Eur. Comm., L 48, 19.2.2000, pp. 1
17. Analysis of European market for organic food, OMlaRD, 2002

18. Schneeberger, W., M. Eder, Strukturanalyse der Biobetriebe in Oesterreich, Der Foerderungsdienst-Spezial, Special edition, 12(45), 1997, pp. 1-16.
19. Желев С., Маркетингови изследвания за маркетингови решения, Тракия – М, 2000
20. Dabbert S., R. Zanoï, A. Haring, Effects of CAP-reform and possible further developments on organic farming in the EU, Task 5: Technical Deliverable, 2001
21. Hamm U., J. Michelsen, Analysis of organic food market in Europe, Proceeding of 13th International IFOAM scientific conference, Basel, p. 507 - 510, 2000
22. Проект на тема: Икономически, социални, екологични и институционални въпроси на устойчивото развитие на земеделието, с ръководител ст. н. с. д-р Виолина Хаджиева от Института по аграрна икономика, отчет на междинен етап П- 2.1, София, януари 2003, стр. 54-55
23. Манов А., Статистика със SPSS, Тракия – М, 2001
24. Закон за пчеларството, приет от Народното събрание на 10 юни 2003 г.
25. Crescimanno, M., G. B. Ficani, G. Guccione, The production and marketing of organic wine in Sicily, *British Food Journal*, 104 (3), 274 - 286 (2002)
26. Helga W., M. Yussefi, Organic Agriculture - Statistics and Future Prospects, SOEL, 2002
27. IFOAM, 2003, A Focus on Central and Eastern Europe, Reports on Organic Agriculture Worldwide, Organic Agriculture, IFOAM, 2003
28. Zakowska-Biemans, S., Organic food and farming in perception of Polish consumer, East-West Dialogue, Organic Agriculture in EU Accession Countries – Opportunities and Challenges, Nuremberg, Germany, February 13 – 14, 2003
29. Werner J., R.v. Alvensleben, Consumer Attitudes Towards Organic Food In Germany (F.R.), ISHS Acta Horticulturae 155: VIII Symposium on Horticultural Economics
30. Ferenz F., Okoserviz, Lokal Marketing: State of Art and Perspectives', East-West dialogue, Nuremberg, Germany, February 13 – 14, 2003
31. Vaclavik T. Czech Bio? Is yet to come., East-West dialogue, Nuremberg, Germany, February 13 – 14, 2003
32. France Organic Products, Organic Food Report 2001 Approved by: Besa L. Kotati, Paris, 2002