

„Домашна е, нали“, или особености на българското потребление

Директният контакт със земеделските производители е доминиращо средство за достъп до натурални продукти с контролиран произход и качество

Ася Георгиева, **MARKET LINKS**

Консумацията на домашно приготвени храни се ползва с традиции сред българските домакинства. Резултатите от национално представително проучване, проведено от „Маркет линкс“ показват, че едва 16% от населението не консумира домашно произведени хранителни продукти, а отделни категории хранителни продукти и напитки са значително доминирани от домашната продукция.

Първенци в тази област са традиционните за страната туршии, при които 60% от общата консумация се формира от домашната продукция. Други продуктови категории със силно присъствие на домашното производство са консервите (44% дял от общата консумация), ракията (39%), пчелният мед и яйцата (35%), виното (34%).

Домакинството като производител

Резултатите от проучването показват, че производството на хранителни продукти домашно производство най-често се осъществява от членовете на самото домакинство. Закономерно това е валидно в по-голяма степен за селата, отколкото за градовете. Въпреки това, потреблението на повечето от изследваните продуктови категории не е приоритет единствено на жителите на селата или на тези с ниски доходи. Точно обратното – в последните години ръст в потреблението на домашни продукти се регистрира предимно сред домакинствата с месечен доход над 1500 лева и жителите на София.

Вторият по значимост източник на домашна продукция са приятели, роднини и съседи, следвани от други домашни производители, извън семейството и неговото непосредствено обкръжение. Към момента солидарното земеделие, при което потребителите споделят с производителите евентуалния риск от слаба продукция, както и потенциалния висок добив, подпомагайки ги предварително, се ползва с ниска популярност. Под 1% от консултаторите на домашна продукция осъществяват контакт с производители и ферми, работещи по проекти за солидарно земеделие. Изключение правят отделни отрасли, като производството



на кашкавал, сирене, пчелен мед и колбаси, регистриращи между 2 и 3% дял сред консуматорите.

Сезонът на туршиите

Сред многообразието от домашно произведени продукти, присъстващи на българската трапеза, се обособяват няколко големи групи храни и напитки.

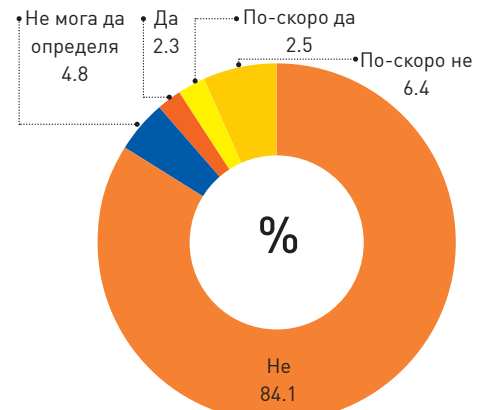
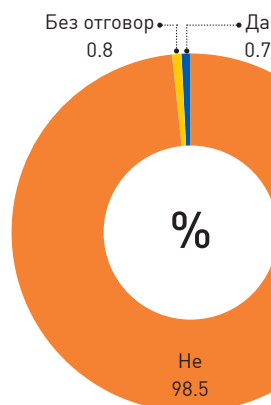
С най-голямо проникване сред изследваните лица е популярната „зимнина“ и по-конкретно туршии и консерви, като първите се консумират от две трети, а вторите – от над половината от българските домакинства. Тази група продукти в голямата си част се произвеждат в рамките на самото домакинство и в редки случаи се получават от друг домашен производител. Закупуването на готова зимнина е по-скоро изключение сред потребителите ѝ.

Групата на домашно произведените хранителни продукти от животински произход, в т.ч. яйца, месо, прясно и кисело мляко, >>> 8

Поръчвали ли сте домашно произведени продукти през интернет?

А бихте ли поръчвали такива продукти през интернет?

База: консуматори на домашни продукти (1008 респонденти)



»7

сирене, съставлява значителна част от менюто на българските домакинства. С най-голям дял в тази група са яйцата домашно производство, консумирани от близо половината домакинства в страната (48%), като половината от тях ги произвеждат сами, а останалите ги закупуват или получават безплатно от свои близки.

Млякото и месото домашно производство са следващите по значимост хранителни продукти в тази група с проникване сред около една трета от анкетираните лица. Над половината от домакинствата, консумиращи домашно кисело мляко и месо, произвеждат сами тези продукти, а останалите ги закупуват или получават безплатно от свои близки или друг домашен производител.

За разлика от тях, домашното прясно мляко по-често е обект на покупка и по-рядко се произвежда в самото домакинство или се получава безплатно от близки.

Подобна е ситуацията с домашния пчелен мед, който има значително проникване сред населението, но обичайно се закупува, като

директният контакт с производител е важен дистрибуционен канал - 32% от анкетираните лица в национален мащаб се сдобиват с домашен пчелен мед чрез свои близки или друг домашен производител.

Проучването регистрира значително потребление на алкохолни напитки домашно производство – близо половината български домакинства залагат на домашната ракия (46%) и вино (42%). Близо една трета от всички изследвани твърдят, че те самите или друг член на домакинството произвежда тези напитки (съответно 31% и 28%). Данните свидетелстват, че производството на домашен алкохол е най-разпространено в селските райони, където достига съответно 48% и 46% дял от анкетираните лица.

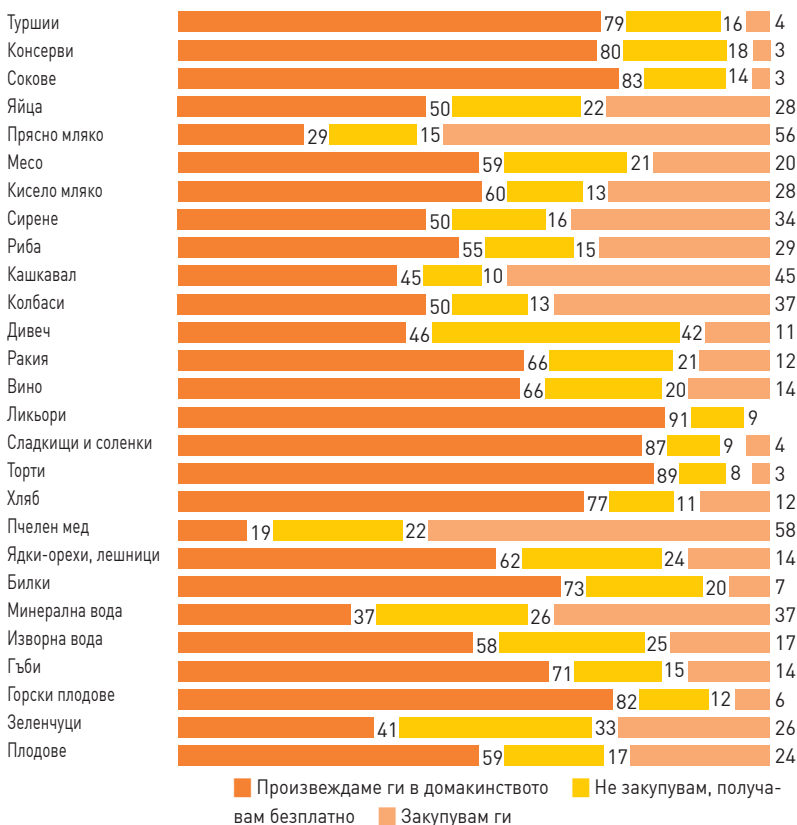
Директен контакт с производителя

В обобщение актуалната картина на консумация и дистрибуция на хранителни продукти домашно производство показва, че директният контакт със земеделските производители е и

вероятно ще остане доминиращо средство за достъп на потребителите до натурални продукти с контролиран произход и качество. За това свидетелства изключително ниската употреба на интернет - под 1% от потребителите на домашна продукция са поръчвали такава по интернет, като тази практика, доколкото съществува, се наблюдава единствено сред лицата на възраст под 34 години, а заявената склонност за бъдещи поръчки онлайн е под 5%.

Евентуална промяна в потребителските практики може да се очаква при осезаем ръст на все още проходащото в България солидарно земеделие, предоставящо възможност на повече потребители да се сдобият с качествена продукция, стимулирайки в същото време едно по-устойчиво развитие на земеделските производители. За съжаление, засега изглежда малко вероятно тези инициативи да се превърнат в двигател на растежа в сектора и да променят традиционния му облик предвид наблюденията, че те намират публичност предимно в глобалната мрежа. **Р**

Закупувате ли всеки от тези домашно приготвени продукти или не?



База: консуматори на домашни продукти

Произход на консумираните домашно произведени продукти

