



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Министерство на земеделието и храните  
Център за оценка на риска  
по хранителната верига



## Информация относно

### Устойчивост и кулинарни традиции

#### Ролята на историческите пазари в развитието на хранително-вкусовата промишленост и местната гастрономия от гледна точка на поведенческата икономика

*Храните и гастрономическите продукти са неразделна част от общността. Всъщност наличието им на определена територия е резултат от история, традиция и култура и несъмнено представлява значителна част от идентичността на фирмите производители, като израз на присъствието на човека на тази територия. Предлагането на хранителни продукти се извършва на пазарите, които представляват място за събиране и обмен на идеи и култури, място, където потребителят се социализира. По отношение на традиционните хранителни продукти, потребителят приписва особена стойност на мястото на покупката и на самата храна.*

*Надали е изненада за някого, че южните държави членки в Европейския съюз (ЕС) произвеждат най-голям брой от сертифицираните от Европейския регистър на храните като качествени продукти. От тях Италия, Франция, Испания, Португалия и Гърция произвеждат 70% от тези селскостопански продукти. (Стойчева, 2017)*

*Проблемите, свързани с функционирането на пазарите на селскостопански продукти, са предмет на разнообразни изследвания в научните среди, държавните институции и браншовите организации. Едва през последните години в България се заговори за позабравената от миналото форма на директни продажби на селскостопански продукти – фермерски пазар, която в съвременните условия осигурява не само икономически, но и социални и екологични ползи за агробизнеса, местните общности, потребителите и регионите. (Доц. д-р Марина Николова, 2018)*

*Именно по тази причина учени от Катедрата по селскостопански и хранителни продукти в Палермо, Италия търсят връзката между храната и местните традиции, като „статусен символ“ на търсенето и предлагането на хранителните пазари от гледна точка на поведенческата икономика. Мястото на проучването е град Палермо в Сицилия, в центъра на Средиземно море. Анализирани са 30 щанда за храна и 520 потребители (жители на града и туристи). Използвайки изобилието на летния сезон, този труд, който предстои да бъде публикуван в *International Journal of Gastronomy and Food Science* (рецензирано списание, което изрично се фокусира върху интерфейса между науката за храните и гастрономията) показва разнообразието и уникалността на местните хранителни традиции и предоставя примери за храни, които са символи и съставляват сицилианската хранителна идентичност. Резултатите от това проучване, показват също и методите на продажба, които се явяват следствието от диференциацията на историческите сицилиански пазари. Потребителят купува, привлечен от цената, свежестта на продукта и преди всичко от социалните отношения, които се установяват на пазарите.*

Amber  Green  White

1618, гр. София, бул. „Цар Борис III“ № 136; тел. +359 2 427 30 56  
<https://corhv.government.bg>, [corhv@mzh.government.bg](mailto:corhv@mzh.government.bg)

*Туристите обявяват, че посещават пазара, считайки го за "кулинарно наследство" на град Палермо.*

*В обобщение, ако предлагането на хранителен пазар съставлява кулинарното наследство на дадено място, търсенето на продукти за консумация (изразено от местни и чуждестранни лица) представлява израз и отговор на историята на това наследство, което през годините е било предавано от поколение на поколение до наши дни. Така че историческите пазари са отличителна черта на градовете, която е необходимо да се подобрява, за да се насърчават стратегии за развитие и растеж на градската среда. Резултатите подчертават аспекти, които се отнасят до гражданската икономика, която предшества настоящия подход на пазарна икономика.*

### **Въведение**

Историческият хранителен пазар е място, където хората се срещат и се потапят в историческата традиция на дадена територия. Историческият хранителен пазар също е монументално място, което позволява на хората да изследват хранителната идентичност на дадена територия и където местното самочувствие се насърчава от храната. Хранителните пазари в Италия са анализирани от гледна точка на фермерските пазари, техния произход и разпространение в местния контекст. В този труд са изследвани градските пазари, като взаимодействие между селското стопанство и градската среда, подчертавайки особеностите на съвремието.

Настоящото изследване отива по-далеч и се опитва да разбере защо историческите пазари, произлизащи още от арабската традиция, продължават да оцеляват дори в ерата на глобализацията на икономиката, време, в което индустрията за дистрибуция на храни обхваща по-голямата част от търсенето и консумацията на храни. Всъщност през 2023 г. 72% от хранителните продукти са закупени от широкомащабно разпространение на храни, особено в големи градове като Палермо. Интерес представлява въпросът как и защо наличието на хранителни продукти на градски пазар, продължава да представлява идентичността на мястото. Проучването анализира продуктите, които изграждат хранителния пейзаж на Палермо и идентифицира двигателите на регионалната гастрономия въз основа на типичните продукти, продавани на градски хранителен пазар. Методът на изследване се основава на проучване чрез интервюта със собствениците на хранителни/гастрономически щандове и потребителите на пазара Ballarò, разположен в сърцето на град Палермо. Новото в това изследване се основава и на представянето на поведенчески икономически характер, както от страна на търсенето, така и от страна на предлагането.

### **Теоретичен контекст**

Историческите пазари се раждат като място за агрегиране и концентрация на стоки. В тях потребителите намират както хранителни продукти, така и място за срещи.

В град Палермо има няколко исторически пазара: пазарът „Ballarò“, пазарът „Caro“, пазарът „Vucciria“, „Lattarini“ и „Pulci“. Вниманието на учените е насочено към историческите хранителни пазари на Палермо („Ballarò“, „Caro“ и „Vucciria“). Характерни за тези пазари са щандовете пред магазина с изложени продукти. Влизайки в тези пазари, потребителите се потапят в смесица от цветове, аромати и хора от различни националности. Типична характеристика на историческите пазари в Палермо е „*abbanniata*“, която се състои в

популяризиране на продукта чрез подобряване на неговите характеристики и цена. Тази форма на промоция на продукти представлява първата форма на маркетинг на селскостопански храни, при която собственикът на бизнеса (хранителен магазин) подобрява свежестта на плодовете, зеленчуците, рибата, месото и конкурентната цена. С други думи, можем да кажем, че това са двата лоста на маркетинговия микс: ценова и продуктова комуникация.

Следователно феноменът, известен като „хранителен туризъм“, се определя като пътуване до дестинация с гастрономическа мотивация, включващо посещения на ресторанти, фестивали или пазари, наред с известните исторически места.

Трябва също така да се каже, че развитието на хранителния туризъм чрез исторически пазари на храни, допринася за конкурентоспособността на туристическата дестинация, както и за тяхната сезонност. В този смисъл, идентифицирани като място за среща между предлагането на храна и търсенето на храна, но също и като място за взаимоотношения и социални срещи, те допринасят за идентифицирането на още една отличителна черта на града, който ги приема. Историческите пазари са място, където „се изразява емоционална концепция, съчетаваща емоции, впечатления, вярвания, спомени и преживявания с мястото“.

### ***Резултати***

Въпреки че са минали повече от хиляда години от основаването на пазара в Палермо, той все още е един от най-оживените центрове на града, където се продават хранителни продукти от цял свят. Ballarò е задължително място за тези, които искат да опитат уличната храна и за любителите на уличното изкуство. Вечер се превръща в един от основните центрове на нощния живот на Палермо, където младите хора се срещат, за да прекарат вечерите, да пият вино и други алкохолни и безалкохолни продукти, да се хранят и да си „чатят“. Този аспект е скорошен факт поради променящия се начин на живот на младите хора и новите потребности, които изразяват. Раждането на пазара вероятно датира от 10-ти век., от времето на арабското господство в Сицилия, като се простира в южната част на Палермо и извън градските стени. Причината да се роди извън стените се дължи на факта, че извън стените не са плащани мита. Името Ballarò може би произлиза от арабското „suk-al-Bahlarà“, името на село Монреале, откъдето идват ислямските градинари, за да продават стоката си. Сегашното оформление на пазара датира от 1468 г., докато аркадите и вратите са построени по време на управлението на Бурбоните. Ballarò все още е запазил характера си на предимно хранителен пазар. Присъствието на многобройни продавачи, идващи от Магреб, Шри Ланка, Бангладеш и Централна Африка, означава, че на сергиите присъства голямо разнообразие от продукти, дори и най-екзотични. Освен плодове и зеленчуци има възможност за закупуване на месо, риба и готвени храни.

### *Гледната точка на предлагането*

На пазара се намират продукти, които са както местни, така и от други европейски места (Испания за лимони и портокали), но също и извън Европа (Мароко, Тунис за дини, домати, моркови и други зеленчуци). Много от зеленчуците идват от Кампания, Емилия Романя и Апулия. Това наблюдение потвърждава процеса на глобализация, който е засегнал също и света на хранително-вкусовата промишленост, където продуктите се отглеждат в една част на света и се предлагат в други части.

Авторите поставят въпроса за смисъла на тази глобализация. Със сигурност наличието на плодове и зеленчуци от други места показва присъствието на по-конкурентни компании, където се постигат икономии от мащаба и обхвата и това позволява продуктът да стигне до пазара на по-ниска цена от конкурентната. Но преглеждайки анализите по тази тема трябва да се подчертае, че неправилното функциониране на публичните политики води до изоставяне на земята и липса на приемственост между поколенията. Някои доставчици, например съобщават, че бизнесът се е предавал от няколко поколения. Други казват, че вършат работата си, защото тя представлява техния живот, тяхната история. Работата, която се предава от баща на син, от поколение на поколение, както и собствеността на щанд на пазара Ballarò е символ. В действителност това е нематериален аспект, който е част от нематериалното наследство на търговската дейност.

От получените отговори става ясно колко важна за тези хора е тяхната работа, както и добрите им умения да я управляват икономично и изгодно. Всъщност тук цените се променят през деня според търсенето.

### *Гледната точка на потребителите*

За да анализират потребителското мнение учените анкетирали 300 мъже и 220 жени. Първият въпрос касае причината за идването им на пазара. Някои посочват като причина свежестта на продуктите (450 потребители), други (150) смятат, че цените са много по-ниски от тези в големите търговски обекти. Освен това много потребители (250) заявяват, че идването на пазара Ballarò представлява за тях момент на отдих и социализация (те са домакини и пенсионери). Други (70 потребители) все пак посочват, че някои зеленчуци се намират само на този пазар (особено зимни зеленчуци като колраби/дребен алабаш (*Brassica oleracea var. gongylodes Kohlrabi*))

Що се отнася до туристите, анкетираните са 50 човека от различни националности, както европейски, така и неевропейски. Почти всички от тях отговарят, че причината да посетят пазара е, че той представлява част от историята на град Палермо. Освен това те искат да фотографират обстановката и да опитат традиционни храни за кухнята на Палермо.

Друг аспект, който се подчертава и тук е нивото на продажните цени. Пазарът е отворен от сутрин до вечер. За плодовете, зеленчуците и рибата се наблюдава, че цените сутрин са по-високи, отколкото следобед за един и същи продукт. Това се дължи на срока на годност на пресните плодове, зеленчуци и риба. Търговците предпочитат след 12:00 часа да намалят цените и да увеличат продажбите, за да елиминират количеството стоки, които имат на щандовете си. От микроикономическа гледна точка описаната ситуация изглежда като пазар с множество цени през деня, където предприемачът прилага различни цени според момента

Някои потребители съобщават, че отиват на това място, „защото бащите им са го правили“.

### **Изводи**

Пазарите се раждат като места в градовете, където потребителите купуват стоки, за да задоволят нуждите си. По-специално, хранителните пазари като историческа традиция, се раждат и остават живи в съвременното, именно защото представляват място за продажба и социални отношения между тези, които продават и тези, които купуват. Те представляват почти исторически паметник за посещение, като другите исторически паметници на градовете.

Всъщност в миналото пазарът Ballarò е бил изучаван от историческа гледна точка. Това е жив пейзаж с храна, който пулсира в сърцето на града.

Разглежданото проучване, проведено чрез принципите на поведенческата икономика, подчертава два много важни аспекта:

От страна на предлагането лостове на маркетинговия микс, макар и несъзнателно, се прилагат от продавачите. Този аспект подчертава колко внимателни са били древните поколения към маркетинговите политики, дори без да го знаят.

От страна на търсенето, емпиричните изследвания чрез поведенческа икономика подчертават, че потребителят, а също и туристът не се стремят непременно към „максимална печалба с минимални разходи“, но също така търсят усещания и преживявания, които са в основата на социалните отношения и на „гражданската икономика“.

Перспективите за бъдещи проучвания трябва да са в търсене на този съюз между производство и потребление, за да се преориентират стратегиите на много производители. Всичко това изисква внимателна обществена политика, която да започне със създаването на конкурентен контекст, където фермите и хранително-вкусовата промишленост могат да растат и да се развиват конкурентно. Пазарът Ballarò демонстрира силен териториален ангажимент, което е успешен аспект на пазара на храни и може също да вдъхнови други градски пазари при определянето на техния продуктов маркетинг и стратегии за промоция, които допринасят за устойчивото развитие на храните и напитките. (Sgroi, 2023)

### За България

Световната организация за туризъм наскоро публикува доклад, в който подчертава значението на храната като нематериално културно наследство, което може да повиши репутацията на дестинации по целия свят. С вписването на свързани с храната традиции и култури (като средиземноморската диета, занаятчийски производства от пипер от Северна Хърватия, традиционната мексиканска кухня и гастрономическата храна на французите) в списъка на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО, храната най-накрая получи статут на истинска част на общото наследство. По този начин храната постепенно замества географското местоположение, като дестинация на марката и се превръща в основен компонент в мотивацията за избор на туристическа дестинация.

В България фермерски пазари се организират в няколко от по-големите градове в страната - София, Пловдив, Бургас и Варна, под формата на редовно провеждащи се срещи между земеделските производители и крайните потребители. Пазарите са скромни по размери, но пък се радват на небивал интерес. И няма как да е другояче, след като от подобна стратегия печелят, както потребителите, така и производителите.

Фермерските пазари са чудесна предпоставка за изграждане на дългосрочни взаимоотношения, базирани на високо доверие и взаимно удовлетворение. Клиентите могат да бъдат сигурни, че купуват "истинска", свежа, сезонна храна за разлика от тази в супермаркетите, която освен, че е свръх-обработвана с пестициди и далеч не полезна за здравето препарати, често е откъсвана съвсем неузряла, за да пропътува хиляди километри, докато стигне до нас. А това неминуемо ощетява крайните потребители. (BG05SFOP001-2.009-0033)

В началото на 2022 година Фондация за биологично земеделие „Биоселена“ започна изпълнението на проекта „Бъдещето на фермерските пазари в София“, който се изпълнява с финансовата подкрепа на Столична община – Програма „Европа 2021“.

Първоначалната цел на проекта беше да постави началото на диалог между всички заинтересовани страни за постигане на съгласие за фермерските пазари: изработването на ясни критерии за достъп на регистрираните производители на храни на фермерските пазари. (Тончева, 2023)

Действаща е и Българо-швейцарска програма за сътрудничество, подкрепяща много от фермерите и производителите, които правят автентични храни от натурални продукти и по традиционни български рецепти: сирене, кашкавал, кисело мляко, мед и пчелни продукти, сладка, яйца, месо, сезонни плодове и зеленчуци, билки, подправки и др.

Голяма част от тях са познати на българския потребител от изложения и фестивали в страната, от коледните и великденските фермерски пазари в центъра на София, както и на Седмичния фестивал всяка сряда пред Министерството на земеделието в София. (Тончева, 2023)

В България от няколко години се обсъжда, но все още не е факт Наредба за фермерските пазари и за изискванията за производство на малки количества храни в домашни условия. Целта е да се намалят злоупотребите и сивата икономика, но и да се отговори на желанието на потребителите да имат безопасен достъп до фермерски продукти. (Стойчева, 2017)

## Източник:

Alenica Hässig, C. H.-S. (august 2023 r.). Извлечено от Science direct:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329323001386>

BG05SFOP001-2.009-0033, П. (н.д.). *Възможности за подобряване на взаимодействието между администрациите, подкрепящи и регулиращи бизнеса с НПО, СИПи местните предприемачи в производството и маркетинга на уникални, автентични, домашникулинарни продукти и напитки.* [https://civildialogue.eu/images/civil\\_dialogue/Doklad-2.pdf](https://civildialogue.eu/images/civil_dialogue/Doklad-2.pdf).

Directorate-General for Research and Innovation (European Commission), G. o. (june 2023 r.). Извлечено от An official website of the European Union: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9f582c41-1565-11ee-806b-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-288833285>

Helen Onyeaka a, S. G. (10 2023 r.). Извлечено от Science direct:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0956713523004401>

Sgroi, F. (11 2023 r.). Извлечено от Science direct:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878450X23001518>

Доц. д-р Марина Николова, е. (2018). *ВЪЗМОЖНОСТИ И МОДЕЛИ ЗА ФУНКЦИОНИРАНЕ НА РЕГИОНАЛНИ ФЕРМЕРСКИ ПАЗАРИ*. <https://dlib.unisvistov.bg/bitstream/handle/10610/3848/75dfe22ba605771ba44d3df15b7fa856.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Стойчева, М. (2017). *Money.bg*. Извлечено от <https://money.bg/euromoney/ot-1402-zashtiteni-produktivi-evropa-samo-7-sa-balgarski-koi-sa-te.html>

Тончева, И. (2023). Извлечено от Произведено във фермата:  
<https://bioferma.org/%d1%84%d0%b5%d1%80%d0%bc%d0%b5%d1%80%d1%81%d0%ba%d0%b8%d1%82%d0%b5-%d0%bf%d0%b0%d0%b7%d0%b0%d1%80%d0%b8-%d0%bf%d0%be-%d0%ba%d0%b0%d0%ba%d0%b2%d0%b8-%d0%bf%d1%80%d0%b0%d0%b2%d0%b8%d0%bb%d0%b0-%d0%b4/>



*Други информации в областта на храните, могат да бъдат намерени на интернет страницата на Центъра за оценка на риска по хранителната верига:*

<https://corhv.government.bg/>

<https://corhv.government.bg/Замърсители-по-хранителната-верига--с-33>

<https://corhv.government.bg/Материали-в-контакт-с-храни-ензими-и-ароматизанти-с-35>

<https://corhv.government.bg/Диетични-продукти-хранене-и-алергени-с-37>

Изготвил:

инж. Светлана Савова

Център за оценка на риска по хранителната верига

16.11.2023 г.