

## Основни тенденции в градския и селски потребителски интерес към информацията на хранителните етикети

Марийка Петрова, Илиана Костова, Настя Василева, Станка Дамянова,  
Илина Иванова, Гьоре Накоев

*Major trends in urban and rural consumer's interest in information that food labels contain: The present article examines the attitude of consumers from urban and rural type towards the usage of information that food labels contain. Surveys have been conducted and the results have been processed and summarized through the program MS Excel. The goal of this research is to find differences and similarities in a number of indicators tracking the behavior of consumers in towns and villages and what helps them make their informed choice about food and beverages.*

**Key words:** Labels food, Food products, Consumers.

### ВЪВЕДЕНИЕ

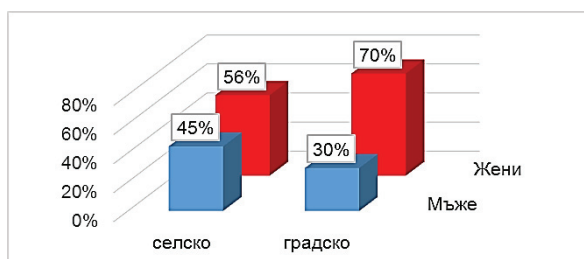
Бързите темпове на икономическо развитие дават своето отражение и в хранителната индустрия. Непрекъснато расте изобилието от хранителни продукти и напитки, но паралелно с това в стремежа за бързи печалби се появяват хранителни стоки, които са опасни за човешкото здраве. Например знае ли се от населението, че международната агенция за изследване на рака е класифицирала акриламида през 1994 г. като „вероятен канцероген при хората“ [3]. Акриламид е бил установен в голям брой обработени храни, включително тези, приготвени промишлено, за обществено хранене и в къщи. Той е установен в такива основни храни като хляба и картофите, както и в други ежедневни продукти като сухарите, бисквитите и кафето [4]. Средствата за масова информация изнасят факти за нездравословни, генетично модифицирани храни и дори за храни, източници на епидемични заболявания. Осъзнава ли се от българите, че законодателят се е погрижил етикетирането на хранителните стоки да бъде важен инструмент за информиран избор на храни и напитки [5]? С Директива 1979/112 ЕС въвежда единен контрол на етикетирането на хранителни продукти. От 1990 г. се въвежда етикетирането на хранителната стойност, а с Директива 2000/13 се обединяват редица изисквания за етикетирането на храните. Регламент 1169/2011 въвежда нови промени и актуализира някои предишни.

Целта на настоящата разработка е да се направи сравнителен анализ на предпочитанията и изискванията на потребителите от града с тези от селата относно информацията давана на хранителните етикети. В проучването са включени въпроси относно стандарти за безопасни храни и изисквания към законодателството в областта на храните и тяхното етикетиране [1, 2, 6, 7,8].

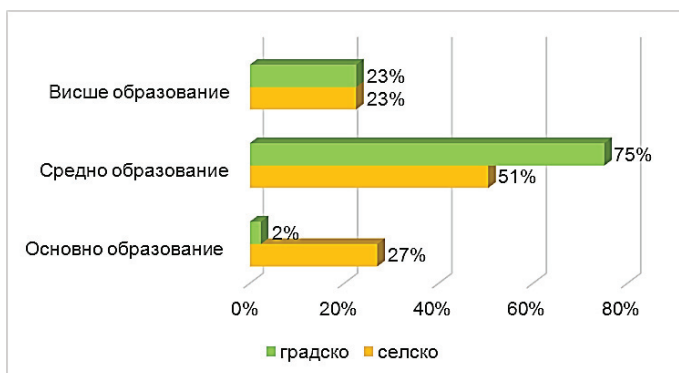
### ИЗЛОЖЕНИЕ

Анкетирани са двеста деветдесет и осем градски потребители и двеста селски потребители на хранителни стоки чрез анкети в електронен вид или на хартиен носител през 2013 – 2014 г. На фигура 1 е дадено графичното представяне на анкетиранията лица по признак пол, като за краткост със „селско“ ще бележим мнението на селските респонденти, а с „градско“ мнението на градските респонденти. От диаграмата се вижда, че анкетиранията жени са по-голям брой, като за селата той е с 10% по-голям, а за града с 20% от този на мъжете.

Образователният статус на анкетиранията лица е даден на фигура 2. Преобладават лицата със средно образование - 75% за градско и 51% за селско население (над половината). Най-големи различия в данните относно образователния статус имаме за лицата с основно образование. Те са 2% за градско и 27% за селско население. Лицата с висше образование са 23% и за двата вида респонденти.



Фигура 1. Анкетирани лица по признак пол



Фигура 2. Образователен статус на анкетираните лица

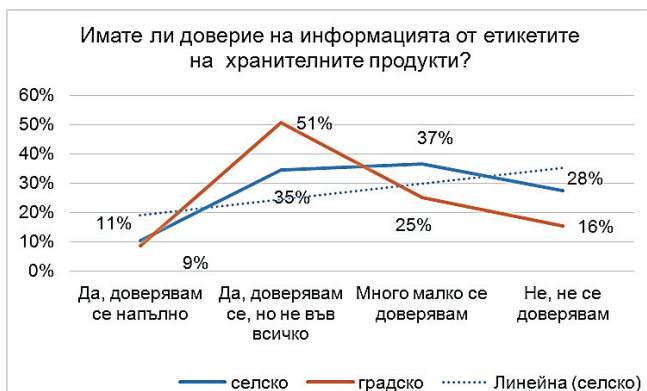
На въпроса „Оказва ли храната влияние на Вашето здраве?“ 46% от градските и 33% от селските респонденти смятат, че „влияе в голяма степен“. 7% от градското население и 8% от селското население смятат, че „не оказва влияние“. Голям е броя на респондентите от село които „нямат мнение“ – 24%, докато респондентите от града, отговорили по този начин, са само 6% (фигура 3).



Фигура 3. Влияние на храната върху здравето на анкетираните лица

На въпроса „Имате ли доверие на информацията от етикетите на хранителните продукти?“ само 11% от респондентите на село и 9% от града се доверяват напълно

(фигура 4). От диаграмата се вижда, че над половината от града 51% и 35% от респондентите на село се доверяват, „но не във всичко“. 37% от анкетираните в града и 25% от анкетираните на село се доверяват „много малко“. Отговорът „не, не се доверявам“ са дали 16% от градските и 28% от селските респонденти. На графиката е показана и линията на тенденцията (Linear) за селските респонденти.



Фигура 4. Доверие на потребителите към хранителните етикети

До каква степен влияе етикета на хранителния продукт за неговия избор от потребителя може да се види от фигура 5. Над половината от респондентите смятат, че „винаги“ влияе – така са отговорили 50% от градските и 56% от селските респонденти. За 28% от анкетираните на село и 42% от анкетираните в града „влияе в малка степен“. Отговорът „не влияе“ дават 17% от селското население и 9% от градското.

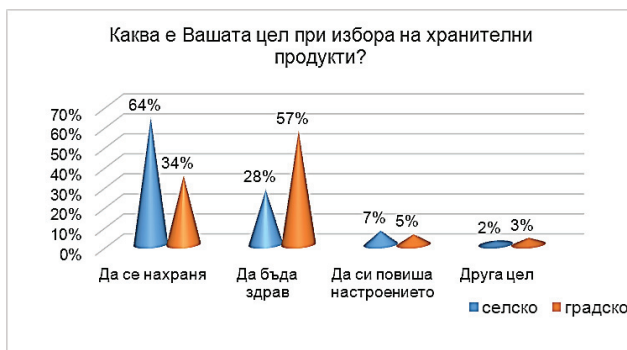


Фигура 5. Влияние на етикета при избора на хранителен продукт

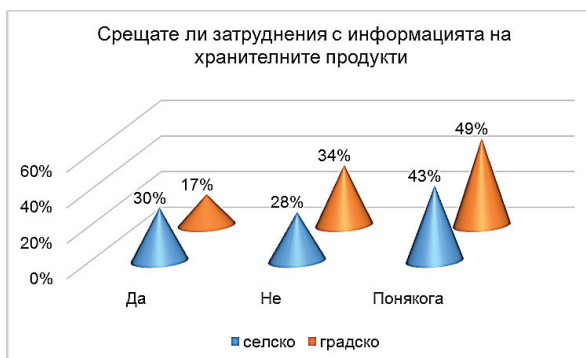
От фигура 6 може да се види, че целта при избора на хранителни продукти на над половината от респондентите на село (64%), е да се нахранят. Само 34% от респондентите в града дават същия отговор. 57% от респондентите в града отговарят, че тяхната цел е „да бъде здрав“. От селското население такъв отговор дават съответно 28% от анкетираните.

Следващата диаграма представя мнението на потребителите, относно затруднения с информацията върху етикетите на хранителните продукти (фигура 7).

Вижда се, че 30% от респондентите на село имат затруднения при ползване на информацията върху етикетите на хранителните продукти, докато за градското население такъв отговор дават само 17% от анкетираните. 43% от респондентите на село и 49% от респондентите в града имат затруднения „понякога“. Отговорът „нямам затруднения“ е посочен от 34% и 28% от анкетираните, съответно от града и село.



Фигура 6. Цел на потребителя при избора на хранителни продукти



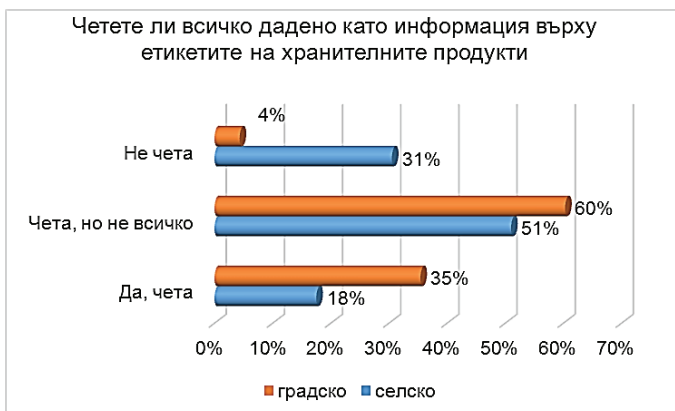
Фигура 7. Затруднения на потребителите с информацията върху етикетите

Изследването разкрива, че над половината от потребителите четат етикетите, но не всичко – така мислят 60% от града и 51% от село. Само 35% от респондентите в града и 18% от респондентите на село четат цялата информация от хранителните етикети. Отговорът „не чета информацията“ е посочен от 31% от селското население и от 4% от живеещите в града (фигура 8).

На фигура 9 могат да се видят резултатите от проучването на затрудненията с информацията върху хранителните етикети, която не се разбира от потребителите, дори да се чете лесно. Значително голям брой от респондентите на село срещат затруднения с „Е-тата в храните“ - 83%, докато за града този процент е 30%. 60% от селското население се затруднява с „използваните символи и знаци“ върху етикетите. Само 19% от анкетираните в града дават същия отговор.

Използването на някои съкращения в информацията на етикетите на хранителните продукти затруднява 43% от респондентите на село и 17% от града. Изброените компоненти на продукта затрудняват 18% от респондентите на село и 10% от града. Съставките с хранителна стойност затрудняват 16% от респондентите на село и 7% от града. Респондентите от града имат по-голямо затруднение от тези

на село с информацията за срока на годност – така мислят 12% от анкетираните в града и 8% от анкетираните на село. Затруднения, относно грамажа и цената на продуктите, имат 5% от респондентите в града и 4% от респондентите на село.



Фигура 8. Четене на информацията върху етикетите от потребителя

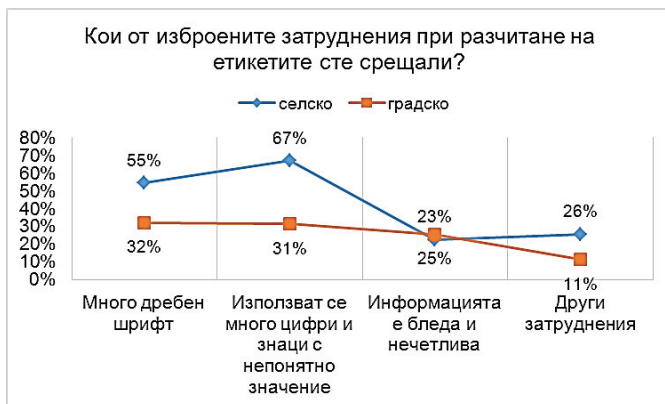


Фигура 9. Мнение на анкетираните за неясната информация върху хранителните етикети

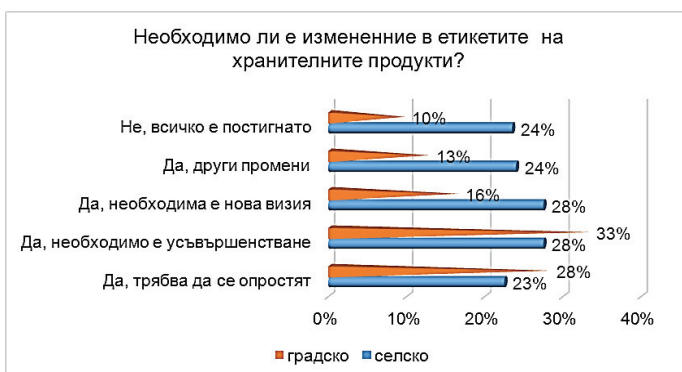
На фигура 10 са показани съотношенията в затрудненията при четене на хранителните етикети от респондентите на село и в града. Вижда се, че над половината от анкетираните лица на село срещат затруднения с „използването на много цифри и знаци с непонятно значение“ (67%) и „много дребен шрифт“ (55%). За лицата от града процентите са съответно 31% и 32%. Бледата и нечетлива информация затруднява 25% от градското население и 23% от селското население. „Други затруднения“ са посочени от 26% от респондентите на село и 11% от тези в града.

Мнението на респондентите за промяна във визията на хранителните етикети е дадено на фигура 11. Вижда се, че най-голям брой от респондентите в града (33%) и на село (28%) желаят усъвършенстване на визията. За опростяване на информацията върху етикетите са 28% от градското и 23% от селското население. Нова визия желаят 28% от лицата на село и 16% от лицата в града. 24% от

анкетираните на село и 10% от анкетираните в града смятат, че „всичко е постигнато“.



Фигура 10. Затруднения при четене на хранителни етикети



Фигура 11. Виждане на анкетираните за промени в хранителните етикети

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Направеното проучване показва, че потребителите търсят информация от хранителните етикети - 50% от анкетираните лица в града и 58% от село пазаруват, ръководейки се от етикетите на хранителните продукти.

Стремещът за здравословен избор на храна е по-засилен в града - 57% срещу 28% за селските респонденти. При последните ръководен фактор в пазаруването на хранителни стоки е стремещът да се нахранят (64%).

Необходимо е производителите на хранителни стоки да улесняват потребителите в стремеща им за здравословен избор на храни и напитки чрез използването на етикети с ясна, точна и конкретна информация, без непознати и сложни термини, защото 60% от респондентите на село се затрудняват в разчитането на използваните символи и знаци, а 43% са затруднени от съкращенията. 83% в селата и 30% в града не са наясно с Е-тата в хранителните етикети.

**Забележка:**

Настоящата разработка е по проект по 7 Рамкова програма: NUTRILAB — NUTritional LABELing Study in Black Sea Region Countries, FP7-PEOPLE-2012-IRSES, Marie Curie Actions— International Research Staff Exchange Scheme (IRSES).

**ЛИТЕРАТУРА:**

- [1] ДИРЕКТИВА 2010/69/ЕС НА КОМИСИЯТА от 22 октомври 2010 година
- [2] РЕГЛАМЕНТ (ЕС) № 231/2012 НА КОМИСИЯТА от 9 март 2012 година
- [3] [http://babh.government.bg/uploads/File/COR\\_Aktualno/acrylamide%20information.pdf](http://babh.government.bg/uploads/File/COR_Aktualno/acrylamide%20information.pdf)
- [4] <http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/acrylamide/bread-BG-final.pdf>
- [5] [http://ec.europa.eu/food/food/controls/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/controls/index_en.htm)
- [6] [http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/nutritionlabel/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/nutritionlabel/index_en.htm)
- [7] [http://europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/index_en.htm)
- [8] [http://europa.eu.int/comm/dgs/health\\_consumer/library/pub/pub06\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/pub/pub06_en.pdf)

**За контакти:**

гл. ас. д-р Марийка Георгиева Петрова, катедра „Химия и химични технологии“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, Филиал-Разград, тел.: 084/266 063, e-mail: [mgpetrova@uni-ruse.bg](mailto:mgpetrova@uni-ruse.bg);

гл. ас. д-р Илиана Иванова Костова, катедра „Биотехнологии и хранителни технологии“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, Филиал-Разград, тел.: 084/266 063, e-mail: [ikostova@uni-ruse.bg](mailto:ikostova@uni-ruse.bg);

доц. д-р Настя Василева Иванова, катедра „Биотехнологии и хранителни технологии“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, Филиал-Разград, тел.: 084/266 063, e-mail: [nivanova@uni-ruse.bg](mailto:nivanova@uni-ruse.bg);

доц. дн Станка Тодорова Дамянова, катедра „Биотехнологии и хранителни технологии“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, Филиал-Разград, тел.: 084/266 067, e-mail: [sdamianova@uni-ruse.bg](mailto:sdamianova@uni-ruse.bg);

пр. Илина Кънчева Иванова, катедра „Биотехнологии и хранителни технологии“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, Филиал-Разград, тел.: 084/266 063, e-mail: [iivanova@uni-ruse.bg](mailto:iivanova@uni-ruse.bg);

Гьоре Наков, магистър, катедра „Биотехнологии и хранителни технологии“, Русенски университет “Ангел Кънчев”, Филиал-Разград, тел.: 084/266 063, e-mail: [gore\\_nakov@hotmail.com](mailto:gore_nakov@hotmail.com).

**Докладът е рецензиран**