



СТУДИЈА

ОРГАНСКАТА ХРАНА

поблиску до
потрошувачите



Проектот е финансиран од Европската унија





СТУДИЈА

ОРГАНСКАТА ХРАНА

поблиску до
потрошувачите

Скопје, 2018



Автор:

Д-р Јованка Дамоска Секулоска

Дизајн / њечай:

ГЛОБАЛ Комуникации

Тираж:

259 примероци

Оваа публикација е подготвена со помош од Европската унија, ORCA и партнери на регионален конзорциум, кои го спроведуваат проектот „Одржливо земјоделство за одржлив Балкан - зајакнување на капацитетот на организациите на граѓанското општество за јавно застапување и развивање политики на западниот Балкан“. Содржината на публикацијата е одговорност единствено на авторот и во никој случај не може да се смета дека ги одразува гледиштата на Европската унија, ORCA или партнерите на конзорциумот.

Повеќе информации за регионалниот проект:

www.sasb-eu.org

Проектот е финансиран
од Европската унија



СОДРЖИНА

ИЗВРШНО РЕЗИМЕ	5
ВОВЕД.....	7
1. ПОДДРШКА НА ОРГАНСКО ПРОИЗВОДСТВО	9
1.1. ПРЕДИЗВИЦИ И ПОЛИТИКИ	9
1.2. ПРАКТИКИ ОД ЕВРОПСКАТА УНИЈА И ОД ДРУГИ ЕВРОПСКИ ЗЕМЈИ.....	12
1.3. ПРЕПОРАКИ	14
2. КОНТРОЛА НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ И ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИ	15
2.1. ПРЕДИЗВИЦИ И ПОЛИТИКИ	15
2.2. ПРАКТИКИ ОД ЕВРОПСКАТА УНИЈА И ОД ДРУГИ ЕВРОПСКИ ЗЕМЈИ	17
2.3. ПРЕПОРАКИ	18
3. ПОДОБРА ПРОМОЦИЈА И ПЛАСМАН НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ	19
3.1. ПРЕДИЗВИЦИ И ПОЛИТИКИ	19
3.2. ПРАКТИКИ ОД ЕВРОПСКАТА УНИЈА И ОД ДРУГИ ЕВРОПСКИ ЗЕМЈИ	21
3.3. ПРЕПОРАКИ.....	23
4. ПРЕДЛОГ - СТРАТЕШКИ МЕРКИ	25
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	29



ИЗВРШНО РЕЗИМЕ


Студијата има цел да придонесе за создавање поволен амбиент за производство на органска храна во Република Македонија во согласност со интересите на потрошувачите. Поконкретно има за цел да ја подобри заштитата на потрошувачите на пазарот на храна со афирмирање на органско производство, земање предвид на интересите на потрошувачите при формулирањето и спроведувањето на земјоделските политики, и соработка со граѓанското општество во нивното следење и спроведување. Со стимулирање на органското производство, се гради одржливо земјоделство, односно се придонесува за: зачувување на квалитетот на водата и почвата, ефикасно управување со енергијата и отпадот, безбедноста на храната, биодиверзитетот, здравјето на земјоделците и благосостојбата на животните.

Иако Македонија има развиено повеќе документи на политиката насочени кон поддршка на органското производство, тоа сепак се соочува со сериозна криза, изразена преку пад на земјиштето под органско производство и сите негативни ефекти што тоа ги носи. Причините за овој загрижувачки тренд може да се поделат во три категории:

- недоволна и несоодветна понуда на органски производи;
- недоволна доверба на потрошувачите во системот за контрола на органското производство и заштита на нивните права и интереси;
- слабости во промоцијата и пласманот на органските производи.

Издвојуваме неколку клучни препораки за справување со предизвиците кои се подетално објаснети во студијата:

- издавањето под закуп на државно земјоделско земјиште и субвенционирањето на млади земјоделци да се прилагоди за да дава предност на органските производители;
- поактивно да се поддржи вертикалната интеграција, преработката на органските производи и диверзификација на производите на органските фарми;
- да се финансираат јавни кампањи за зголемување на свесноста на потрошувачите за главните карактеристики на системот за органско производство, системот и мерките контрола ова производство, ознаката за органски производ, како и придобивките за заштита на здравјето и животната средина од ваквиот тип на производство;
- ресорното министерство да води и објавува ажуриран регистар на сертифицираните производители што ќе овозможи следливост на органското производство;
- да се започнат консултации со засегнатите страни за усогласување на со Новата Регулатива на Европската унија за органско производство;
- да се отстранат бариерите за организирањето на производителите во задруги;
- да се воспостави јавна пазарна инфраструктура за откуп и дистрибуција на органски земјоделски производи;
- да се поддржи пласманот на органските производи на пазарите и во маркетите и да се организираат органски катчиња во нив;

- 
- да се промовира органското производство во системот на јавни набавки, согласно законските одредби кои овозможуваат зелени јавни набавки;
 - да се развие заедничка маркетинг стратегија од страна на здруженијата на органските земјоделци.

ВОВЕД

Европската унија го прифаќа органското производство како техника која води кон исполнување на основните мерки за одржливо земјоделско производство - т.н. зелена компонента на Заедничката земјоделска политика. Со стимулирање на органското производство, се гради одржливо земјоделство, односно се придонесува за: зачувување на квалитетот на водата и почвата, ефикасно управувањето со енергијата и отпадот, безбедноста на храната, биодиверзитетот и заштитата на пејзажите, здравјето на земјоделците и благосостојбата на животните.

Иако Македонија има развиено повеќе документи на политиката насочени кон поддршка на органското производство, тоа сепак се соочува со сериозна криза. Статистичките податоци говорат за пад на земјиштето под органско производство што посочува на тоа дека дел од производителите се враќаат кон конвенционалното земјоделство со сите негативни ефекти врз здравјето на потрошувачите и земјоделците, благосостојбата на животните, загадувањето на животната средина, деградацијата на квалитетот на почвата, влошувањето на енергетскиот интензитет на земјоделското производство и ширењето штетници и болести.

Причините за овој загрижувачки тренд може да се поделат во три категории:

- недоволна и несоодветна понуда на органски производи;
- недоволна доверба на потрошувачите во системот за контрола на органското производство и заштита на нивните права и интереси;
- слабости во промоцијата и пласманот на органските производи.

На **страната на понудата**, производителите се жалат на слабото снабдување со репроматеријали за растително органско производство на домашниот пазар, вклучувајќи ги и семињата и садници, како и заштитните производи дозволени за употреба во органското производство. Нискиот степен на користење на ИПАРД фондовите, во голема мера придонесува за малиот број на капацитети за преработка и складирање кои се специјализирани и сертифицирани за секундарна и завршна обработка и пакување на органски растителни производи. Покрај тоа, државното земјоделско земјиште во Македонија се издава под закуп според критериуми кои не го стимулираат органското производство. Недоволните образовни и информативни активности за органските земјоделци се уште една пречка за развојот на органското производство.

Во однос на **контролата и заштитата на потрошувачите** македонските производители не се конзистентни во етикетањето на органска храна, па некои избираат визуелно да ја променат националната ознака за органски производ на својата амбалажа, или дури и целосно да ја отфрлат и да ја заменат со сопствени ознаки за органска храна. Понатаму, кај маркетите и кај потрошувачите е присутен сомнеж дали сета храна што се декларира како органска е навистина таква. Тоа укажува дека не постои ефективна контрола дали пласираните количини на органска храна од страна на одделни производители не соодветствуваат на површините за кои се сертифицирани. Исто така, отсутува поширока информативна кампања со која на јавноста ќе и се претставуваат последиците по здравјето и по животната средина од употребата на вештачки ѓубрива и хемиски пестициди во конвенционалното земјоделство. Јавноста не е доволно информирана за резултатите од мониторингот на остатоците од пестициди кај свежиот зеленчук и овошје, како ни за мерките што се преземаат за контрола на органското производство.

Во однос на **промоцијата и пласманот** на органски производи, искуството покажува дека кај потрошувачите не постои доволна свесност за придобивките од органски произведената храна.

Поради тоа честопати не гледаат причина да платат повисока цена за неа. Ниското ниво на информираност на потрошувачите за еколошките, социјалните и економските ризици поврзани со конвенционалното земјоделство од една страна и недоволното разбирање за предностите на органската храна, дополнително се влошуваат поради недоволното препознавање на македонската ознака за страна од страна на потрошувачите. Иако ресорното министерство и Агенцијата за храна и ветеринарство ги интензивираа активностите за едукација на потрошувачите, нивниот обем е сè уште недоволен. Ова резултира со ниска побарувачка на пазарот за органска храна и го спречува понатамошниот раст на производството. Друга слабост што придонесува за недоволна побарувачка за органско производство во Македонија е недостатокот на угостителски и туристички капацитети, вклучително и во руралниот туризам, кои нудат и органска храна во нивните менија. Недоволните активности за организирање на органските земјоделци се уште една пречка за развојот на органското производство. Отсуствува заедничка маркетинг стратегија на производителите, заеднички настап кон дистрибутерите на храна и позначајно промотивно присуство на производителите на интернет, социјалните мрежи и другите нови медиуми.

Оваа студија е подготвена во склоп на проектот „Преминете на органско - потрошувачите во центарот на земјоделската политика“ што го спроведуваат Организацијата на потрошувачите на Македонија, Асоцијацијата за развојни иницијативи „Зенит“ и Здружението на агроновинари „Медиа Плус“. Студијата има за цел да придонесе кон создавање поволен амбиент за производство на органска храна во Република Македонија во согласност со интересите на потрошувачите. Поконкретно има за цел да ја подобри заштитата на потрошувачите на пазарот на храна со афирмирање на органско производство, земање предвид на интересите на потрошувачите при формулирањето и спроведувањето на земјоделските политики, и соработка со граѓанското општество во нивното следење и спроведување. Со стимулирање на органското производство, се гради одржливо земјоделство, односно се придонесува за: зачувување на квалитетот на водата и почвата, ефикасно управувањето со енергијата и отпадот, безбедноста на храната, биодиверзитетот и заштитата на пејзажите, здравјето на земјоделците и благосостојбата на животните.

При изработката на студијата користен е методот на анализа, компарација и нормативниот метод за заедничката земјоделска политика на Европската унија, на државите членки и релевантните политики на Република Македонија. Направена е анализа на примарни извори на податоци која ги вклучи стратешките и оперативните документи за земјоделство и рурален развој, научни трудови и докторски дисертации, како и правните прописи во функција на спроведување на политиките. Остварени се и разговори со органски производители, дистрибутери на пазарот на храна, сертификациските тела, Министерството за земјоделство, водостопанство и шумарство, Агенцијата за храна и ветеринарство, Државниот инспекторат за земјоделство и експерти во областа. Значаен проблем при изработката на студијата беше отсуството на официјален систем за следење и оценување резултатите од мерките на земјоделската политика, како и недостигот на специфични податоци за мониторингот и контролата на органското производство.

После овој воведен дел, студијата се осврнува на тековните мерки за поддршка на органското производство. Во наредното поглавје е обработена *контролата на органските производи и заштитата на потрошувачите*, по што се преминува на анализа на мерките за *подобро промоција и ѝласман на органски производи*. На крајот, студијата предлага приоритетни стратешки мерки за секоја од трите спомнати области, во облик на акциски план, кој би бил земен предвид од носителите на одлуки при развивање на идна стратегија за органско производство.

1. ПОДДРШКА НА ОРГАНСКО ПРОИЗВОДСТВО

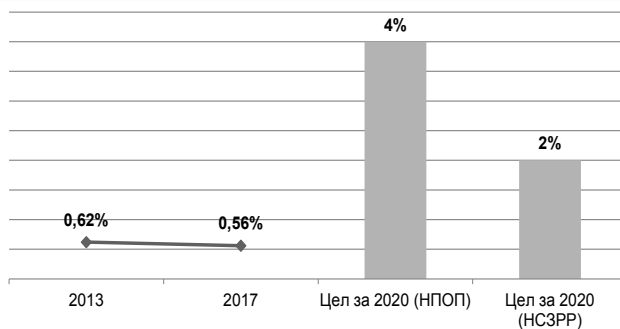
1.1. Предизвици и поплишки

Стратешка цел на Националниот план за органско производство за периодот 2013-2020 (НПОП) е зголемување на конкурентноста на органското производство во Република Македонија заради успешен пласман на домашниот и странските пазари. Планот предвидува 24 конкретни цели во 7 области, што е амбициозен опфат, особено за План што не содржи финансиски средства за негово спроведување.

Една од конкретните цели во делот на примарното земјоделско производство е обработливото земјиште под органско производство да достигне удел од 4% во вкупното обработливо земјоделско земјиште во Македонија. За жал, како што е прикажано на графиконот, целта не само што не е постигната, туку состојбата е влошена во споредба со годината кога започна примената на Националниот план (2013 г.). Во Националната стратегија за земјоделството и руралниот развој 2014-2020 (НСЗРР) нивото на амбиција веќе е преполовено, па е поставена пониска цел од 2% од обработливите површини. Сепак, 14 години по донесувањето на првиот закон за органско земјоделско производство и 13 години по донесувањето на првата програма за поттикнување на овој тип производство, вкупните површини под органско производство се само половина процент од обработливото земјиште.

Учество на површини под органско производство во обработливото земјиште

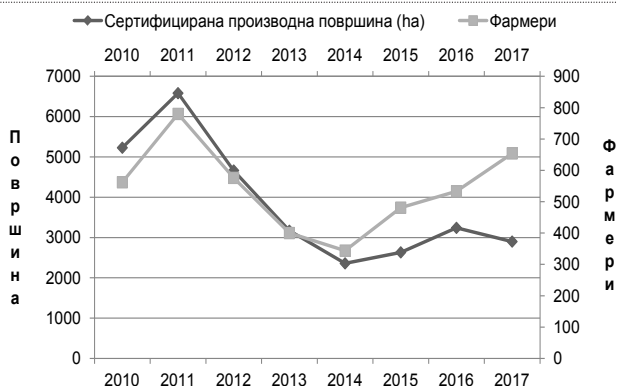
Извори: Статистички годишник на Р. Македонија за 2017 г., Државен завод за статистика; Капацитети под органско земјоделско производство, МЗШВ.



Историски осврт покажува дека зенитот на површините сертифицирани за органско производство и бројот на органски фармери е достигнат во 2011 г. Во наредните четири години доаѓа до преполовување, по што бројот на фармери расте, а сертифицираните површини повторно опаѓаат во 2017 г. Ваквиот тренд означува дека има сè повеќе фармери но големината на фармите опаѓа - податок што не упатува на тоа дека расте конкурентноста на органските растителни производители.

Извор: Кайаџиџеџи џод орџанско земјоделско џроизводсџиво, МЗШВ.

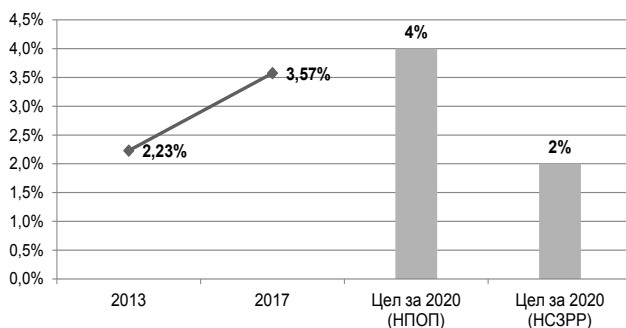
Забелешка: Во џодаџиџиџе се вклучени и џовершиниџе во џреод.



Подобра е состојбата со остварувањето на целта од Националниот план за органско производство која се однесува на органското сточарство. Предвидено е до 2020 г. вкупно сертифицираните животни во органско сточарство¹ да сочинуваат 4% од вкупниот сточен фонд во Македонија. Зацртаната цел сè уште не е постигната, но веќе е надмината целта од Националната стратегија за земјоделството и руралниот развој 2014-2020. Иако се однесува на истиот период, во тој документ на политиката таргетот е поставен двојно пониско, на 2%.

Учество на животни во органско сточарство во вкупниот сточен фонд

Извори: Статистички годишник на Република Македонија за 2017 г., Државен завод за статистика; Кайаџиџеџи џод орџанско земјоделско џроизводсџиво, МЗШВ.



Забелешка: Во џодаџиџиџе е вклучено и џчеларсџивоџо, како и џроизводсџивоџо во џреод. Тарџетиџе џо вклучуваат и рибарсџивоџо.

Производителите се жалат на слабата понуда на репроматеријали за растително земјоделско производство на домашниот пазар (семиња, садници и пестициди) дозволени за примена во органското растително производство. Нискиот степен на користење на ИПАРД фондовите, во голема мера придонесува за малиот број на капацитети за преработка и складирање кои се специјализирани и сертифицирани за секундарна и завршна обработка и пакување на органски растителни производи. Покрај тоа, државното земјоделско земјиште во Македонија се издава под закуп според критериуми кои не го стимулираат органското производство. Недоволните об-

1) Вклучително и пчеларство и рибарство.

разовни и информативни активности за органските земјоделци се уште една пречка за развојот на органското производство.

Националната стратегија за земјоделството и руралниот развој за периодот 2014-2020, како стратешки приоритет го зацртува зголемувањето на конкурентноста на македонското земјоделско производство и прехранбената индустрија, развој на руралните средини и одржливо управување со природните ресурси. Согласно тоа, домашното органско производство добива финансиска поддршка од дополнителни субвенции кои се повисоки во однос на износите одобрени за конвенционалното производство. Дополнителните **директни плаќања** се обезбедуваат за сертифицирано органско производство и производство во конверзија, вклучително и за произведен и продаден органски производ наменет за **преработка во финален органски производ**. Стратегијата потенцира дека преработувачката индустрија треба да ја зголеми количината и асортиманот на преработки од органски земјоделски производи, што ќе придонесе за раст на органското примарно производство и зголемување на додадената вредност на производите. Диверзификацијата на преработувачката на органски земјоделски производи треба да биде поддржана со мерките за кофинансирање на инвестициите.

Финансиската поддршка за развој на органското земјоделско за 2018 година е зголемена од 61 на 81 милиони денари. Субвенциите достапни за земјоделците кои практикуваат органско производство, во зависност од културата, се до 100% повисоки од сумите наменети за конвенционално производство. Зголемени се и субвенциите за развојните категории на земјоделските стопанства од 20% за растително и 10% за сточарско производство кое ги опфаќа и органските производители. Според Стратегијата, органското производство е поддржано и со надомест на трошоците за контрола и сертификација и надомест за лабораториски анализи во висина од 100% во првата година на конверзија и 50% во останатиот период.

Мерките за зголемување на конкурентноста на земјоделството предвидени со Националната програма за развој на земјоделството и рурален развој за периодот 2018-2022 предвидуваат поддршка од 60% за модернизација на земјоделските стопанства преку инвестиции во основни средства, доколку инвестицијата придонесува за заштита и унапредување на животната средина, подобрување на хигиенските услови и благосостојба на животните. Оваа мерка е релевантна и за органското производство кое, пред сè, поради некористењето вештачки ѓубрива и хемиски пестициди, придонесува да се минимизира загадувањето на животната средина. Предвидени се и инвестиции во изградба и обновување на системи за наводнување, кои се поддржуваат и до 100%. Издвоени се 11 милиони евра од Програмата за земјоделство и рурален развој за 2018 година за инвестиции во хидро-мелиоративни системи во аридните подрачја, со што ќе се намали ризикот од помали приноси и истовремено зголемување на изборот на култури, за кои претходно немало услови да се произведуваат.

Стратегијата предвидува потаргетиран пристап кон развивање на собирањето на органски самоникнати видови - шумски плодови, печурки и лековити билки - заради зголемување на бројот на субјектите и површините сертифицирани за собирање на самоникнати видови. Проценките се дека околу 50.000 домаќинства се занимаваат со собирање самоникнати видови. Сертификацијата на самоникнатите видови се заснова најмногу на незагаденоста на регионот, и не бара преоден период, туку по исполнување на условите, органскиот статус се добива уште во првата

година на сертификација. Во оваа област, Стратегијата предвидува обезбедување на обуки за собирачите, заокружување на правната регулатива и кофинансирање на инвестициите за регистрација, и прилагодување на откупните пунктови за прием и складирање на органски сертифицирани производи, како и етикетање на собраните производи.

Иако одредени инструменти од политиките се спроведуваат доследно во текот на неколку последователни години, најголем дел од главните инструменти подлежат на редовни измени кои придонесуваат за нестабилност на земјоделската политика во Македонија. Освен тоа, се јавува разлика меѓу инструментите од политиката кои фактички се спроведуваат и буџетските средства планирани за нив. Главни фактори кои придонесуваат за оваа разлика се: (1) комплицираните административни процедури кои предизвикуваат одложување на плаќањата до следната календарска година; (2) честите измени и приспособувања на регулаторната рамка; и (3) релативно ограниченото искуство, образование и вештини на земјоделците, кои оневозможуваат тие да ги разберат сложените административни барања за прибирање и подготовка на потребната документација.²

1.2. Практики од Европската унија и од други европски земји

Поддршката за инвестирање во органски фарми е особено важна за процесот на конверзија: конверзијата во органското земјоделство може да биде скапа во однос на почетната инвестиција, како што се нови машини, адаптација на објектите за добиток, интеграција на капацитети за преработка на фарма, или организациски инвестиции како што се воспоставување на системи за внатрешна контрола за сертификација на мали сопственици. Дополнително, постои уште една форма на „инвестиција“ која е потребна за време на транзициониот период во смисла на градење на плодноста на почвата и опоравување од првичниот пад на приносот. Овие инвестиции апсорбираат многу потребни финансиски средства во време кога се потребни и други физички инвестиции. Ова ја прави поддршката за инвестициите во земјоделството многу важен елемент за да се олесни конверзијата.³ Некои региони на Италија и Шпанија доделуваат дополнителни субвенции за млади или нови органски земјоделци, покрај општата субвенција за отпочнување на земјоделско стопанство. Регионите на Фландрија во Белгија и Мадеира во Португалија им дадоа повисоки грантови на органските земјоделци отколку на конвенционалните фармери за инвестиции во фарма и модернизација на опремата. Кипар, Латвија, Естонија и Словачка им дадоа дополнителни поени на органските фармери во критериумите за пристап до грантовите за инвестиции во земјоделството. Во Естонија субвенциите за инвестирање во подобро работење на земјоделските стопанства се сметаат за многу важна мерка за поддршка на органските земјоделци.⁴

2) Анализата на НСЗПП е преземана од Volk, T., M. Rednak, E. Erjavec, E. Zhllima, G. Gjerci, S. Bajramović, Ž. Vaško, D. Ognjenović, J. Butković, M. Kerolli-Mustafa, E. Gjokaj, B. Hoxha, D. Dimitrievski, A. Kotevska, I.J. Stamenkovska, A. Martinovic, D. Konjevic, M. Spahic, N. Bogdanov, R. Papić, S. Todorović (authors); Volk, T., E. Erjavec, P. Ciaian, S. Gomez y Paloma (eds.) (2017), Monitoring of agricultural policy developments in the Western Balkan countries, European Commission, Joint Research Centre, EUR 28527 EN, doi:10.2760/73968 (Print), doi:10.2760/146697 (PDF). Стр.89 и понатаму

3) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

4) Ibid.

Важни предизвици со кои се соочуваат руралните средини се ниските приходи, несигурноста на приходот кој зависи од продажба на варијабилни берби по варијабилни цени, како и нискиот интерес за земјоделските занимања од помладите генерации. Овие фактори придонесуваат за „опустошување“ на руралните области. Мерка која се применува во ЕУ за справување со оваа појава е поттикнувањето на **диверзификацијата на приходите на фармите** со воведување нови нетрадиционални култури или обработка, пакување и други форми на додадена вредност (вклучувајќи и нови форми на маркетинг) или воведување неземјоделски активности како што се агротуризмот.⁵

Во Европската унија, Програмата за рурален развој на Заедничката земјоделска политика⁶ цели кон диверзификација на руралната економија преку грантови за воведување или проширување на услужни активности (на пр. ноќевање и појадок), занаетчиски активности (пр. производство на локални производи), трговски активности (на пр. создавање на продавници во фармите каде што производите на фармата се продаваат директно на потрошувачите), како и туристички активности (на пр. информативни центри или рекреативна инфраструктура). Некои од земјите на ЕУ ја препознаа додадената вредност на органското земјоделство за да ги постигнат тие цели и затоа им дадоа предност на органските апликанти за такви мерки. Во случајот на Република Чешка, за ваквите проекти во малите општини поврзани со органското земјоделство се доделуваат повисоки поени, што ја зголемува веројатноста за добивање поддршка. Минималниот вкупен прифатлив трошок е околу 2.000 евра по проект. Нивоата на грантови се разликуваат во зависност од големината на претпријатието и регионот и се движат од 30 до 60% од подобните трошоци.⁷

Поддршката на зголемувањето на преработувањето на органската храна се смета дека имала силен позитивен придонес во развојот на органското производство во Данска, Италија и Чешка во 1990-тите.⁸ Во периодот 2000-2007 година, на ниво на ЕУ сè повеќе се нагласувала поддршката за преработка на органска храна, поради големиот пораст на понудата што настанал во 1990-тите. Поддршката била обезбедена преку регулативата за поддршка на руралниот развој од European Agricultural Guidance and Guarantee Fund,⁹ како и преку структурни мерки наменети за поддршка на посиромашните региони на Унијата, и LEADER програмите.¹⁰ Од 2007 година, преработувањето органски производи било финансиски поддржано преку мерката 123 „Додавање вредност на земјоделски и шумски производи“ на Програмата за рурален развој на ЕУ 2007-2013. Со ова се поддржувале инвестиции со кои се подобрува целокупното работење на претпријатието во врска со преработка, како и развој на нови производи, процеси и технологии. Поддршката била дадена во форма на грантови за прифатливи инвестициони трошоци на микро, мали и средни претпријатија. За периодот 2014-2020 година, овој вид поддршка продолжува според друга регулатива на ЕУ.¹¹ Поддршка за преработување органски производи се дава во

5) Ibid.

6) Мерките 311 и 313 во ЗЗП 2007-2013 и мерките 6, 7 и 16 во ЗЗП 2014-2020.

7) Ibid.

8) Lampkin et al., 1999, The policy and regulatory environment for organic farming in the European Union, Vol 1.

9) (EC) Reg. 1257/1999

10) На француски јазик Liaison entre actions de développement rural; преведено значи „Врски помеѓу активностите за рурален развој“.

11) Measures 4 and 8 of Articles 17(1)(b) and 21(1)(e) of Regulation (EU) No 1305/2013.

многу земји на ЕУ, на пример, во Данска, Естонија, Финска, Фландрија (Белгија), Германија, Ирска, Италија, Латвија, Литванија, Холандија, Романија, Шпанија, Кипар, Чешка и Шкотска.¹²

1.3. Прејораки

Големиот број на мерки, и како директна поддршка на производителите или како структурни мерки, ги усложнува административните процедури, ги зголемува трошоците на имплементација и ги збунува корисниците. Потребно е да се работи на систематска евалуација и процена на директните и индиректните влијанија од политиките, како и ex ante евалуација при воведувањето нови мерки. Потребно е да се обезбеди поврзаност на стратегиите, плановите и програмите, за барем да се избегне зацртувањето на контрадикторни цели во нив - погоре е даден пример каде еден документ на политиките предвидува органското производство да достигне учество од 4% во вкупното земјоделство, а друг таргетира 2%.

Во дијалог со производителите треба да се преиспита начинот на пресметка на субвенциите. На пример, дел од органските пчелари бараат наместо по пчелно семејство, да се исплаќаат субвенции по количина на мед.

Многу е важно да се работи на натамошна едукација и советување на производителите, затоа што искуствата од странство покажуваат дека доколку се применуваат соодветни техники, трошоците за производство можат да бидат исти, па дури во некои случаи и пониски од конвенционалното производство. Постои потреба за зголемена финансиска и институционална поддршка за понатамошно зајакнување на капацитетите на националната советодавна служба и истражувањата и да се зголеми квалитетот и ефикасноста на нивната работа. Употребата на советодавните услуги може да се стимулира со владините мерки за поддршка, како што е на пример, системот на ваучери.

Потребна е и поддршка на субјектите што сакаат да започнат со органско производство преку вршење агроекономски анализи за да се избере правилен производ и техника што ќе резултираат со профитабилно органско производство.

Потребни се подобрувања и во земјоделско-прехранбениот синџир, при што фокусот треба да се стави на вертикалната интеграција, и поддршка на преработката на органските производи. Дополнително треба да се работи на диверзификација на производите на органските фарми.

Заедно со националните програми за финансиска поддршка и ИПАРД, треба да се промовира употребата и на други извори на финансирање на органското производство. Еден начин е со интензивирање на руралните финансиски услуги преку Македонската банка за поддршка на развојот. Покрај тоа, треба да се зголеми и интересот на комерцијалните банки да инвестираат во земјоделството. Во таа смисла, треба да се воспостават механизми за стимулирање на нивното учество на овој пазар, како што е гарантните фондови.

¹²) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

2. КОНТРОЛА НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ И ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИ

2.1. Предизвици и политики

Европската унија бара воспоставање систем за контрола на органското производство, преку кој се проверува секој оператор во синџирот на снабдувањето (земјоделците, преработувачите, увозниците) и се потврдува правилната примена на правилата за производство. Контролниот систем има за цел да ги гарантира производните процеси, а не самите производи, бидејќи не постои научен начин за да се утврди дали производот е органски или не. Пазарот за органски производи е многу зависен од довербата на потрошувачите и затоа преку ваков систем за сертификација треба да им се даде гаранција дека производите што се декларираат како органски производи се навистина такви. Потрошувачите треба да бидат сигурни дека, на пример, секој пат кога купуваат органско јаболко или органско месо од својот супермаркет, тие се произведуваат според строги правила насочени кон почитување на животната средина и животните.

Националната стратегија за земјоделството и руралниот развој 2014-2020 прави сериозен исчекор ставајќи го потрошувачот во центарот на земјоделската политика. Документот го препознава потрошувачот како клучен субјект во системот на безбедност на храна, и нагласува дека интересите на потрошувачите мора соодветно да се земаат предвид во создавањето и спроведувањето на политиката на безбедност на храна на Република Македонија. За таа цел, документот става акцент на исполнување на очекувањата на потрошувачите, заштита на нивното здравје, заштитата на потрошувачите од измама и доведување во заблуда, како и потребата за градење на довербата на потрошувачите во системот на контрола на безбедност на храната. За заштита на здравјето на потрошувачите Стратегијата предвидува зголемена контрола на остатоците од пестициди во примарните земјоделски производи преку системот на мониторинг програми и редовни лабораториски испитувања. Зацртано е и дека ќе се формира мрежа на контролни механизми која ќе се грижи за заштита на потрошувачите од измама, преку несоодветно означување, информирање или рекламирање. Во делот на институционалниот капацитет, Стратегијата посочува дека е потребно зголемување на конкуренцијата во понудата на контролни и сертификациски услуги, како и институционално зајакнување на системот за надзор во органското производство.

Националната програма за развој на земјоделството и рурален развој за периодот 2018-2022 г., во делот на Мерки за унапредување на квалитетот на земјоделски производи предвидува поддршка на земјоделците за учество во системите за квалитет на земјоделските производи со компензирање на дополнителните трошоци и обврски, вклучително и трошоците за анализи и контрола. Со овие системи треба да се гарантира квалитетот на производите пред потрошувачите.

Целосната контрола и супервизија во системот на органско производство во Македонија се врши од страна на Државниот инспекторат за земјоделство и Агенцијата за храна и ветеринарство (АХВ). Исто така, секој субјект кој аплицира за финансиска поддршка во органското производство подлежи на контрола од страна Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој.

Важен сегмент во контролата на безбедноста на храната е тоа што официјалните контроли се вршат во сите фази на производство, преработка и дистрибуција на храна со што се овозможува целокупна можност за интервенција на инспекторите во случај на сомневање во неисправноста, односно небезбедноста на храната. Официјалните контроли вклучуваат контрола на бизнисите

со храна, на користењето на храна, на складирањето на храна, на секој процес, материјал, супстанција, активност вклучувајќи го и транспортот на храна и на живите животни. Освен претходно споменатата контрола, официјална контрола се применува и при ставање во промет на храна и при увоз и извоз.

Законот како недозволен ги определил сите означувања и рекламирања на храна со податоци кои сугерираат на лековита својства поврзани со превенција или лекување на заболувања, потенцирање на специфични својства на храната кои се слични со друга храна со ист квалитет, како и употреба на слики, цртежи, знаци, изрази и текстови. Исто така за недозволено при рекламирањето на храна наведени се и изјави што се однесуваат на отстранување, намалување или спречување на болести, забелешки во форма на лекарски совети или лекарски наоди, истории на болести, изјави на трети лица особено благодарници, пофалби или препораки ако се однесуваат на отстранување или намалување на болести.

Сепак искуствата покажуваат дека **македонските производители не се конзистентни во етикетањето на органска храна**, па некои избираат визуелно да ја променат националната ознака за органски производ на својата амбалажа, или дури и целосно да ја отфрлат и да ја заменат со сопствени ознаки за органска храна.

Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство порано спроведуваше кампањи во јавноста за популаризирање на ознаката за органски производ и за објаснување на потрошувачите на придобивките за заштита на здравјето и животната средина од ваквиот тип на производство. Иако не постојат објавени истражувања кои ќе покажат дека е постигнато задоволително ниво на препознавањето на ознаката од страна на потрошувачите и на запознаеност на јавноста со придобивките од изборот на органска храна, ваквите кампањи на Министерството повеќе не се спроведуваат.

Во последната Програмата за заштита на потрошувачите на Владата на Република Македонија за 2017 и 2018 година, Организацијата на потрошувачите на Македонија (ОПМ) во соработка и со поддршка од Агенцијата за храна и ветеринарство (АХВ) објавуваат е-Билтен, наречен „Потрошувачите и храната“.¹³ Билтенот, меѓу другото, обработува и теми за означувањето на органската храна, производството, нејзиното рекламирање и начинот на продажба. Со објавувањето на е-Билтенот се прави чекор напред кон промоција и едукација на потрошувачите за користа од органската храна за нивното здравје, препознавање на знакот за органска храна, а воедно се потенцира улогата на потрошувачите во зачувување на животната средина. Текстови од е-Билтенот кои се однесуваат на органската храна ќе бидат промовирани пред средношколската популација во рамки на имплементација на Програмата за заштита на потрошувачите на Град Скопје за 2018 година, каде ОПМ е носител на активности за обука на наставници од средните училишта на територија на Град Скопје. Притоа ќе бидат опфатени теми од правилната исхрана и корисноста на органската храна.

Сепак, **отсуствува поширока информативна кампања** со која на јавноста ќе и се претставуваат последиците по здравјето и по животната средина од употребата на вештачки ѓубрива и хемиски пестициди во конвенционалното земјоделство. Јавноста не е доволно информирана за резултатите

13) Достапен на www.opm.org.mk како и на веб страницата на АХВ - http://www.fva.gov.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=926&Itemid=450&lang=mk

од мониторингот на остатоците од пестициди кај свежиот зеленчук и овошје произведен на конвенционален начин, како ни за мерките што се преземаат за контрола на органското производство. Агенцијата за храна и ветеринарство објавува податоци во соите годишни извештаи за мониторинг на производи од органско производство. Сепак, од малиот бројот на предвидени мостри за оваа намена - околу 100 - се реализира само една четвртина до една третина зависно од годината.¹⁴

Кај маркетите и кај потрошувачите е присутен сомнеж дали сета храна што се декларира како органска е навистина таква. Тоа укажува дека не постои ефективна контрола дали пласираните количини на органска храна од страна на одделни производители соодветствуваат на површините за кои се сертифицирани. Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство не располага со целосен и ажуриран регистар на сертифицираните производители. Во тек е негова изработка по што ќе нуди точни податоци за сите производители: сертификација, вид на култури, локација на производство и планирани количини. Со воспоставувањето на овој Регистар ќе се елиминираат досегашните манипулации на пазарот и секој потрошувач ќе знае точно дали производот кој го набавил навистина е органски, кој го произвел и каде. Објавувањето на таков регистар, заедно со податоци за сертифицираните производни површини или планирани количини придружено со систем за споделување информации за продажбата на органски производи ќе овозможи следливост на органското производство што веродостојно ќе гарантира на потрошувачите дека тоа што се продава како органска храна ги задоволува стандардите и правилата на органско производство.

2.2. Практики од Европската унија и од групите европски земји

Новата Регулатива на Унијата за органско производство е донесена во 2018 г., и се очекува да започне со примена во јануари 2021 година. Новата Регулатива носи одредени поедноставувања за земјоделците. На пример, малите земјоделци ќе можат да изберат да се сертифицираат групно, со што ќе се намали трошокот за сертификација и ќе се олесни преминот кон органското производство. Ќе биде дозволено и постоењето на мешани фарми, каде дел од производите се произведуваат на конвенционален начин. Се предвидува да се напушти моделот на задолжителна годишна контрола на сите сертифицирани фармери или капацитети. Со измените, фармите и капацитетите кои ќе ја поминат успешно контролата во три последователни години, во иднина ќе бидат контролирани на секои 2 години. На малопродажните објекти кои продаваат веќе спакувани органски производи нема да им биде потребна сертификација, туку ќе подлежат само на проверки за исполнетост на општите законски услови. Државите членки на Унијата ќе можат да ги исклучат од обврската за сертификација фармерите кои продаваат само мали количини органски производи директно на потрошувачите. Новата регулатива предвидува и мерки што ќе ги применуваат операторите за да спречат загадување на органските производи со пестициди при производството, транспортот или преработката, како и мешање на органската со конвенционалната храна. Доколку се јават образложени наводи дека органските производи содржат пестициди, националните надлежни тела ќе бидат должни тоа да го проверат. Постапката за испитување на наводите ќе треба да го утврди изворот и причините за присуство на такви супстанции.

Во Европската унија се спроведуваат анкети за препознавањето на ознаката на Унијата за органски производ, како и информираноста на потрошувачите за органските производи. Така, во 2013

¹⁴) Извештаи на АХВ за 2015 и 2016 г.

година, 25% од испитаниците во 28 земји-членки сигнализирале познавање на ознаката.¹⁵ Нешто подобра е општата информираност на потрошувачите за органските производи - 69% од потрошувачите во ЕУ изјавиле дека виделе ознака или изјава во која се наведува дека прехранбениот производ е органски произведен.¹⁶ Следењето на знаењето на потрошувачите за органската ознака на ЕУ, информираноста за и довербата во органските производи дава информации за подобро насочување на активностите за информирање и промоција. Информациите насочени кон младите потрошувачи и деца исто така може да бидат важен инструмент за зголемување на свесноста и довербата во системот за органско производство.

Европската унија нуди и можности за финансирање кампањи на органските производители, пре-работувачи и трговци субјектите за кампањи кои имаат за цел да ја зголемат свесноста на потрошувачите за главните карактеристики на системот за органско производство, системот на ЕУ за контрола, органската ознака на ЕУ, како и за одредени производи произведени според на правилата за органско производство на ЕУ.¹⁷

2.3. Прејорак

Потребно е да се едуцираат производителите на органска храна за важноста да ја применуваат непроменета ознаката за органска храна на своите производи, со цел да се гради нејзина препознатливост кај потрошувачите. Потребно е да се финансираат јавни кампањи за зголемување на свесноста на потрошувачите за главните карактеристики на системот за органско производство, системот и мерките контрола ова производство, македонската ознака за органски производ, како и придобивките за заштита на здравјето и животната средина од ваквиот тип на производство. Покрај тоа, редовно да се информира јавноста за резултатите од мониторингот на остатоците од пестициди кај свежиот зеленчук и овошје произведен на конвенционален начин. Ваквите кампањи да се спроведуваат во соработка со граѓанските организации, а да бидат дизајнирани врз основа на претходно спроведени анкети со потрошувачи.

Неопходно е и да се засили системот на контрола за да обезбеди заштита на потрошувачите од измама, преку несоодветно означување, информирање или рекламирање на храната, со што за потрошувачите ќе се зголеми сигурноста дека кога плаќаат повеќе за органска храна, за своите пари навистина добиваат органски производи. За таа цел, ресорното министерство треба да објави целосен и ажуриран регистар на сертифицираните производители што ќе овозможи следливост на органското производство и веродостојно ќе гарантира на потрошувачите дека тоа што се продава како органска храна ги задоволува стандардите и правилата на органско производство.

Имајќи ја предвид заложбата на Македонија за членство во Унијата, неопходно е да се започнат консултации со засегнатите страни за усогласување на домашните прописи и институции со Новата Регулатива на Европската унија за органско производство.

15) Special Eurobarometer 410 – Wave EB80.2 - TNS Opinion & Social, survey made in November 2013.

16) Consumer market study on the functioning of voluntary food labelling schemes for consumers in the European Union (January 2014)

17) European Commission. (2014). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social Committee and the Committee of the regions: Action Plan for the future of Organic Production in the European Union.

3. ПОДОБРА ПРОМОЦИЈА И ПЛАСМАН НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ

3.1. Предизвици и поплишки

Во однос на промоцијата и пласманот на органски производи, искуството на Организацијата на потрошувачите на Македонија покажува дека кај потрошувачите не постои доволна свесност за придобивките од органски произведената храна, ниту информираност на потрошувачите за еколошките, социјалните и економските ризици поврзани со конвенционалното земјоделство. Поради ова и нискиот стандард кај добар дел од населението, потрошувачите честопати не гледаат причина да платат повисока цена за органското производство, што, пак, го спречува растот на производството.

Достапноста на органски производи во пазарни канали кои често ги користат потрошувачите - пазари или супермаркети - е главен предуслов за зголемување на продажбата. Одлуката на еден синцир на супермаркети да понуди (повеќе) органски производи може да има поголемо влијание врз зголемувањето на побарувачката отколку која било кампања за подигање на свесноста кај потрошувачите. Кога главните супермаркети или пазарите би почнале да нудат широк асортиман органски производи, тие би допреле до оние потрошувачи кои инаку не би вложиле дополнителен труд и време за да купат производи во специјализирана органска продавница.¹⁸ Засега, понудата на домашни органски производи во македонските супермаркети, а особено на свеж зеленчук и овошје, останува мала. Немањето откупни центри за органска храна, малите произведени количини, немањето континуитет во понудата, отсуството на соодветно амбалажирање и преработка, како неконзистентноста во квалитетот на свежите органски растителни производи се дел од бариерите за поголем пласман на органската храна преку синцирите на супермаркети. Исто така, нема брендирано посебни тезги за продажба на органска храна на зелените пазари.

Недоволните активности за организирање на органските земјоделци се уште една пречка за развојот на органското производство. Отсуствува заедничка маркетинг стратегија на производителите, заеднички настап кон дистрибутерите на храна и позначајно промотивно присуство на производителите на интернет, социјалните мрежи и другите нови медиуми. Новоформираното кластерско здружение на органски производители, можеби ќе овозможи полесна соработка на фармерите со поголемите трговски ланци кои таа храна ќе им ја направат достапна на потрошувачите.

Производителите продаваат индивидуално, наместо здружено преку задругата, и наместо да ја препуштат продажбата на посебни стручни лица. Земјоделците здружени во задруги се двојно оданочени, што го прави неатрактивно задругарството во Македонија. Индивидуалните земјоделски производители имаат даночен одбиток со што ефективно треба да платат само два проценти персонален данок на доход, но ако влезат во задруга го губат тоа право и ефективно ќе платат 10% од доходот, а може да бидат предмет и на други даноци.

Друга слабост што придонесува за недоволна побарувачка на органско производство во Македонија е недостатокот на угостителски и туристички капацитети, вклучително и во руралниот туризам, кои нудат и органска храна во нивните менија.

Имајќи ги предвид сите овие проблеми со промоцијата и пласманот органските производи, *Националната стратегија за земјоделство и рурален развој за периодот 2014–2018* истакнува дека

18) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

во делот на органскиот начин на производство фокусот треба да се пренасочи од воспоставување на институционална рамка и поддршка на органското производство кон унапредување на препознатливоста на органското производство на домашниот пазар и извоз на странските пазари. Стратегијата констатира дека интересот на потрошувачите за органското производство е ограничен од ниската куповна моќ и од недоволната препознатливост на органската храна од страна на потрошувачите. Во насока на зголемување на пазарната потрошувачка, стратегијата предвидува насочување на органското производство во формалните канали на трговија, подобрување на маркетингот на органските производи и зголемување на јавната свест за органската храна. Предвидено е потрошувачката на македонското органско производство да се стимулира со организирање посебни локации за продажба на органско производство во руралните средини, како и со воспоставување на типски тезги на зелените пазари и на други локации во поголемите потрошувачки центри. Во насока на популаризација на органското производство Стратегијата предвидува спроведување кампањи за придобивките од консумирање на „здравата храна“ насочени кон различни целни групи – вклучително и деца, родители, постара популација, потрошувачи кои посветуваат внимание на здравиот начин на исхрана.

Националната програма за развој на земјоделството и рурален развој за 2018–2022 година предвидува повеќе мерки за пазарна одржливост на органското производство и зголемена препознатливост на домашниот пазар. Во делот на мерки за зголемување на конкурентноста на земјоделството, со мерката „Инвестиции за преработка и маркетинг на земјоделските производи“ предвидена е поддршка за воспоставување јавна пазарна инфраструктура за откуп и дистрибуција на земјоделски производи. Имајќи предвид дека индивидуалните органски производители во Македонија обично располагаат со релативно мали количини, оваа мерка може да помогне да се агрегира големопродажната понуда на овие производи, за да стане попривлечна за купувачите на големо. Поддршката се движи од 60–80% во зависност од тоа дали инвестициите се направени во недостапни, заостанати или депопулациони рурални средини, или се за помош во предфинансирање на инвестиција од пошироко секторско значење.

Програмата предвидува да продолжи силната финансиска поддршка на задругите, но и воспоставување постојан систем за обука на менаџерите и тековна техничка поддршка на иницијативите за формирање на задругите. За 2018 г. е предвидена дополнителна помош од 10% за членовите на земјоделски задруги на вкупниот пресметан износ на директни плаќања.

Формирањето на задруги на органски производители се очекува да придонесе да се здружат ресурсите во насока на поголема и поорганизирана промоција на домашниот и извозните пазари. Покрај ова, здружувањето би требало да помогне да се обезбеди поширок асортиман, поголеми количини и помали флукуации во достапноста на одредени видови органска храна. Сето ова е потребно за органските производи да ги задржат и привлечат купувачите на големо, вклучително и големите синџири на супермаркети. Мерката „Воспоставување на земјоделски задруги“ предвидува покривање до 80% на одредени оперативни трошоци на задругите, до 90% од набавката на земјоделска механизација, како и до 80% за осигурување на производните капацитети.

Со цел подобрување на настапот на земјоделците на пазарите преку нивно здружување, Националната програма предвидува и поддршка на организации на производители врз основа на одобрена оперативна програма за работа што може да вклучува активности за промоција и маркетинг, заштита на животната средина и стабилизација на пазарот. Мерката е наменета за под-

дршка на пласман на земјоделски производи преку земјоделски задруги со специјализирано производство и со синхронизирани стандарди за производство и квалитет помеѓу членовите. Имплементацијата на мерката е предвидена од 2020 година и зависи од успешноста на мерката за воспоставување земјоделски задруги.

Поддршката за препознаените организации на здружување на земјоделците ќе биде во насока на обезбедување на логистичка поддршка за нивно тековно функционирање и реализација на активностите во интерес на земјоделските производители, за активности за подобрување на спроведувањето и популаризирање на земјоделските политиките и реформи, зголемување на генералната конкурентност и приближување кон стандардите на заедничката земјоделска политика на Европската унија. Поддршката ќе овозможи покривање на дел од оперативните трошоци за функционирање на асоцијациите во висина до 100% за асоцијациите на примарни земјоделски производители и 30% за асоцијациите на преработувачи и трговци.

Предвидена е и поддршка на маркетингот и зголемувањето на продажбата на земјоделските производи, како и подобрување на перцепцијата на потрошувачите за висококвалитетни локални прехранбени производи, во износ до 120.000 евра по проект.

За подобрување на пласманот и подобро претставување на странскиот пазар, зголемен е и износот за техничка поддршка за учество на меѓународни саеми и манифестации за 30%, како и за покривање на транспортните трошоци за извоз на земјоделски производи и преработки.

Мерките на техничка поддршка и останати мерки на државна помош на земјоделството, предвидуваат и други инструменти кои можат да помогнат за подобра промоција и пласман:

- помош за маркетинг на земјоделски производи и преработени земјоделски производи во висина од 20% од вкупната вредност на направените трошоци за покривање на трошоците за: амбалажа на преработени земјоделски производи, како и за покривање на транспортните трошоци за извоз на земјоделски производи и преработки;
- издавање на стручни материјали од областа на земјоделството и рибарството (едукативни, информативни, научни и пропагандни материјали).

3.2. *Практики од Европската унија и од групите европски земји*

Кампањите за едукација на потрошувачите се важен механизам за зголемување на свеста на потрошувачите за органските производи. Во ЕУ, тие главно се поддржуваат со Заедничката земјоделска политика (ЗЗП), која вклучува кофинансирање од ЕУ и од државите-членки. Најчесто се користат и комбинираат две мерки на ЗЗП: Мерка 132 „Поддршка на системи за квалитет“ и Мерка 133 „Активности за информирање и промоција“, која поддржува активности како што се рекламирање преку разни канали за комуникација, дегустации или учество на саеми и изложби за производи опфатени со одобрени системи за квалитет. Според овие мерки, јавните средства се доделени на организации на производители за спроведување на промотивни активности. Групите на производители можат да добијат грант до 70% од прифатливите трошоци. Мерката не е специфична за промоција на органското земјоделство, туку е отворена и за апликации од други системи за квалитет на храна.¹⁹

19) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

Потрошувачите може позитивно да одговорат на пораката за придобивките од органската храна, но ако не пронајдат органски производи во местата на кои обично купуваат - **супермаркети и зелени пазари** - најчесто нема да купат органска храна. Супермаркетите станаа најважните канали за продажба на органска храна во развиените земји,²⁰ и тие можат да имаат големо влијание врз растот на побарувачката. Некои впечатливи примери каде внесувањето на органска храна во конвенционалната малопродажба има големо влијание врз растот на секторот се Данска и Швајцарија.²¹ **Пазарите на органски фармери** исто така служат за одлична едукативна улога во однос на едукација на потрошувачите за органското земјоделство. Кога потрошувачите учат за придобивките од одредени видови земјоделство од самите фармери, а не од комуникациски материјали, тие почесто ги бараат овие производи.²²

Во Холандија, пак, властите дале финансиска поддршка за пласман на органска храна во супермаркетите во 2005–2007. Тоа се темелело на договор помеѓу Министерството за земјоделство и практичари од агро-прехранбениот сектор кои се обврзале да ја стимулираат побарувачката за органски производи. Експертите, меѓу другото, идентификувале недостатоци во синџирот на производство и работеле на поттикнување на производството на органски производи во вистинско количество и квалитет за супермаркетите. Во ваквиот систем била вклучена и асоцијацијата на синџирите на супермаркети која се заложила да го поттикне органското производство и потрошувачка. Владата, пак, обезбедила финансирање на рекламни кампањи од супермаркетите за промовирање на органското производство. Како резултат на овие активности продажбата на органска храна во Холандија се зголемила за 13% во период од две години.²³

Малку поинаков пристап е концептот на биорегион кој се применува во Италија како интересно поврзување на агротуризмот и органското земјоделство. Тоа подразбира соработка помеѓу локалните власти и општините со локалните приватни актери за поврзување на развојот на органското земјоделство со територијалниот развој и промовирање на регионот како дестинација за еко-туризам. Во биорегионите, **рестораните и туристичките центри** се охрабруваат да нудат локални органски производи.²⁴

Државите членки на Европската унија го поддржуваат пласманот на органското производство и преку **системот на јавни набавки**. При јавните набавки храна, договорните органи ја земаат предвид не само цената на прехранбените состојки, туку и влијанието на набавките врз животната средина и општеството. Програмата за јавно здравје на ЕУ (PHN) и Европскиот акциски план за органско земјоделство (ОРГАП) ја препознаваат вредноста на вклученоста на храната во училишните менија како алатка за промовирање здрави јадења и одржливи модели на потрошувачка.²⁵

Органското производство е застапено во критериумите на Европската унија за зелени јавни набавки на храна и угостителски услуги. Тоа се доброволни насоки за критериумите за јавни набав-

20) The World of Organic Agriculture 2016.

21) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

22) Овој ефект беше демонстриран за IPM практики од Anderson, Hollingsworth, Van Zee, Coli, & Rhodes, 1996.

23) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

24) Ibid.

25) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

ки кои можат да се применат во државите-членки. Критериумите дозволуваат при ваквите набавки да се утврди минимален процент на храна која мора да биде органски произведена.²⁶ Иако зелените јавни набавки се дозволени со постојниот закон за јавни набавки во Македонија, тие речиси не се применуваат од договорните органи.

За разлика од тоа, одделни државите-членки на Унијата утврдуваат и колкав уделот треба да достигне органската храна во јавните набавки на храна. Така, до 2020-та во Данска, 60% од храната во училишните установи ќе биде органска. Француската програма Ambition Bio 2017 има зацртано цел органските производи да достигнат удел од 20% на пазарот за јавни набавки.

Јавните институции најчесто нудат долгорочни договори кои претставуваат сигурен и стабилен извор на приход за органските фарми. Ова е добар начин да се охрабрат постојните органски земјоделци да инвестираат во нивното производство и да се прошират, но исто така испраќа силен сигнал до конвенционалните фарми дека треба да преминат кон органско производство. Воведувањето на органска храна во кантините на јавните установи и институции (училишта, болници, домови, универзитети, затвори, касарни и други државни згради) не само што директно ја зголемува побарувачката, туку е и еден од најефикасните начини да се подигне свесноста за органската храна, па дури и да се направи „модерна“. Јавните набавки лесно може да се комбинираат со едукативни активности околу придобивките од органска храна, дегустација на храна, совети за исхрана и сл.²⁷ На пример, во Франција, јавната агенција Agence Bio ги координира активностите за зголемување на органската храна во јавните кујни. Таа е домаќин на националниот комитет на заинтересирани страни за органски јавни набавки, дава информации и обуки, и организира размена на искуства. Исто така одржува и директориум за органски снабдувачи за јавни кантини и подготвува содржини за веб-сајтот посветен на органското „јавно угостителство“;²⁸ со кој управува Француската федерација за органско земјоделство.

3.3. Прејораки

Потребно е надлежното министерство да спроведе кампања за популаризација на организирањето на производителите во задруги, и отстранување на даночните бариери кои водат до тоа земјоделците здружени во задруги да имаат понеповолен даночен третман од индивидуалните земјоделци. Надлежните органи треба да дадат поддршка за воспоставување јавна пазарна инфраструктура за откуп и дистрибуција на органски земјоделски производи, што, слично како и задругарството, ќе овозможи полесен пристап до главните канали за малопродажба. Достапноста на органските производи во пазарни канали кои често ги користат потрошувачите – пазари или супермаркети - е главен предуслов за зголемување на продажбата. Државата може да помогне преку покривање на надоместот за промоција што синџирите на супермаркети го наплаќаат за производите што ги дистрибуираат, како и преку поддршка за амбалажирање на органското производство на начин соодветен за пласман во супермаркетите. Супермаркетите, пак, можат да организираат посебни „органски катчиња“ во своите објекти, да ја зголемат достапноста на

26) European Commission. (2014). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social Committee and the Committee of the regions: Action Plan for the future of Organic Production in the European Union.

27) IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture.

28) www.restaurationbio.org.

свежи органски производи, да организираат промотивни акции, како и соодветно да го истакнуваат македонскиот знак за органски производи со цел потрошувачите да го препознаат.

Организирањето на посебни локации за продажба на органско производство во руралните средини, како и воспоставувањето на типски тезги на зелените пазари и на други локации во поголемите потрошувачки центри, може дополнително да ја зголеми продажбата на органски производи.

Неопходно е организирање редовни комуникациски кампањи за придобивките од консумирање на „здравата храна“ насочени кон различни целни групи - вклучително и деца, родители и потрошувачи кои посветуваат внимание на здравиот начин на исхрана.

Ресорното министерство во соработка со здруженијата на производители треба да подготви акциски план за промовирање на органското производство во системот на јавни набавки, согласно законските одредби кои овозможуваат зелени јавни набавки, и за таа намена да утврди цели за постепено зголемување на процентот на органски производи во менијата на јавните институции. Притоа, акцент во промоцијата на органската храна да се стави на установите кои ги користат најмладите - градините, училиштата, детските болници и установите за деца без родители.

Органските земјоделци и нивните здруженија потребно е да развијат заедничка маркетинг стратегија, вклучително и план за заеднички настап кон трговските ланци, угостителските и туристичките капацитети и за позначајно промотивно присуство на производителите на интернет, социјалните мрежи и другите нови медиуми.

4. ПРЕДЛОГ - СТРАТЕШКИ МЕРКИ

I. ПРЕДЛОГ МЕРКИ ЗА ДОПОЛНИТЕЛНА ПОДДРШКА НА ОРГАНСКО ПРОИЗВОДСТВО

МЕРКА 1: Издавање под закуп на земјоделско земјиште за органско производство

Начин на реализација	Одговорни институции	Период за спроведување
1.1. Идентификување државно земјиште, кое не е користено за конвенционално производство 1.2. Проверка на имотно правни односи. 1.3. Селектирање на површини по општини за примена на мерката. 1.4. Објавување оглас наменет исклучиво за органско производство	Биосерт Агенција за катастар на недвижности на РМ МЗШВ	2018

МЕРКА 2: Давање предност на органските производители при субвенционирањето на млади земјоделци

Начин на реализација	Одговорни институции	Период за спроведување
2.1. Објавување оглас за доделување средства под одредени услови (со дополнителни 10 поени за производители кои ќе се пријават за производство на органски производи) 2.2. Обезбедување средства за пријавените кандидати кои ќе ги исполнат условите, во висина од 10.000 евра.	Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (МЗШВ)	2018

МЕРКА 3: Инвестиции во хидро-мелиоративни системи

Начин на реализација	Одговорни институции	Период за спроведување
3.1. Спроведување на Програмата за земјоделство и рурален развој за 2018 година - земјоделците ќе може да аплицираат за добивање на финансиска поддршка од Програмата за рурален развој преку Мерката 121.4 „Набавка на систем за наводнување капка по капка, конструкција на бунари, и други зафати на површинска вода.“ (на располагање се 20 милиони денари, а со овие средства земјоделските стопанства ќе може да набават систем за наводнување капка по капка, да направат конструкција на бунари и други зафати на површинска вода). - Со помош на средства од Програмата за Рурален Развој, ќе се овозможи реализација на капитални инвестиции во општините со што ќе се подобри квалитетот и условите за живот во помалку развиените подрачја во земјава, а ќе може да се зачуваат природните, културните и развојните вредности на руралните подрачја. 3.2. Спроведување активности за намалување на ризикот од помали приноси и истовремено зголемување на изборот на култури 3.3. Започнати инвестиции за изградна на хидро-мелиоративниот систем Конско за наводнување на 8000 хектари земјоделско земјиште од кои голем дел се производители на органска храна	Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (МЗШВ) Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој	2018 – 2020 до 21-ви август 2018

II. ПРЕДЛОГ МЕРКА ЗА ПОГОЛЕМА КОНТРОЛА НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ И ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИ

МЕРКА 4: Воспоставување Регистар за органски производители

Начин на реализација	Одговорни институции	Период за спроведување
4.1. Интегрирање и ажурирање на базата на податоци од сертификациските тела и МЗШВ и воспоставување регистар за производители 4.2. Споредба со базата креирана за веб страната на ОПМ во рамки на Проектот: „Премини на органско, потрошувачите во центарот на земјоделската политика“ и ажурирање на податоците на мобилната апликација изработена во рамките на овој проект 4.3. Поддршка на Граѓанските организации кои работат на поголема препознатливост на органските производители од страна на потрошувачите 4.4. Спроведување кампања за запознавање на граѓаните со знакот за органски производи	МЗШВ Сертификациските тела Подгрупа за органско производство Организациите за заштита на потрошувачите (ОПМ) и други здруженија на граѓани	2018 - 2019 континуирано

МЕРКА 5: Воспоставување поголема соработка помеѓу телата за надзор над пазарот

Начин на реализација	Одговорни институции	Период за спроведување
5.1. Воспоставување ИТ систем за размена на информации за квалитетот на органските производи 5.2. Воспоставување редовна работна група помеѓу МЗШВ, АХВ, Сертификациските тела, инспекциските органи заради подобро организирање на надзорот на пазарот 5.3. Водење евиденција за надзорот на означувањето на органските производи на пазарот и отстранување на несоодветно етикетирани производи согласно законските прописи 5.4. Објавување на резултатите од надзорот 5.5. Соработка со телата за сертификација, организациите на потрошувачи и редовни средби со производителите и трговците 5.6. Спроведување на компаративни тестирања по групи на органски производи и доделување награди на тие со најдобар квалитет преку органолептичко оценување и објавување на резултатите од страна на МЗШВ и АХВ со вклучување на потрошувачките организации	МЗШВ АХВ Телата за сертификација Организациите за заштита на потрошувачите Акредитирани лаборатории Институт за акредитација на РМ Претпријатија кои продаваат органска храна	2018 континуирано

III. ПРЕДЛОГ МЕРКИ ЗА ПОДОБРА ПРОМОЦИЈА И ПЛАСМАН НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ

МЕРКА 6: Зголемување на асортиманот и количините на органски земјоделски производи

Начин на реализација	Одговорни институции	Период за спроведување
6.1. Зголемување на побарувачката и потрошувачката на органските земјоделски производи 6.2. Остварување на годишната програма за работа за 2019 година која се однесува на: - Зголемување на јавната свест за органска храна; - Искористување на можностите за потрошувачка на органските производи преку развојот на еко-туризмот (Да се иницира означување на капацитетите каде што се нуди органска храна да ја носат ознаката за органски производи)	Потсекторска постојана група за органско производство МЗШВ Министерство за економија АХВ	континуирано

<ul style="list-style-type: none"> - Зголемување на пласманот на македонските органски земјоделски производи на извозните пазари. - Зголемување на пласманот на органските производи на домашниот пазар со директна мерка во субвенционирање и поттикнување продажба на органска храна во трговските ланци (супермаркети) во одделен дел, т.н. „органско катче“. - Поддршка во едукација на трговците за промоција на производите, изработка на бизнис план, примена на атрактивна амбалажа, наоѓање пласман и сл. <p>6.3. Подобрување на понудата и овозможување подобар избор на органски производи за потрошувачите, согласно нивните се поголеми барања за консумирање на вакви производи преку стимулирање на трговците за продажба на органски производи во просториите (отворање на катче за продажба на органски производи)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Информации за потрошувачите (преку соопштенија, летоци и други алатки) <p>6.4. Спроведување интегрирани едукативни активности за правилна исхрана и етикетање на производите од страна на надлежните субјекти (АХВ, МЗШВ, МТСП, Министерство за образование - МО)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Објавување на списание на годишно ниво, Е-Билтен, наречен „Потрошувачите и храната“ каде ќе се пласираат теми од областа на производството на органска храна, нејзиното означување, рекламирањето и начинот на продажба преку поддршка на Програмата на Владата за заштита на потрошувачите (за 2018 година планирани се 10 броја со поддршка на АХВ на ОПМ) 	<p>Организации за заштита на потрошувачи и други здруженија на граѓани</p> <p>Факултет за земјоделски науки</p>	
<p>МЕРКА 7: Организација на манифестации посветени на македонските органски производи (Денови на Македонски Органски Производи и друг вид промоција)</p>		
<p style="text-align: center;">Начин на реализација</p> <p>7.1. Објавување оглас за учество на заинтересирани страни: Граѓански организации кои работат на информирање, едукација и промоција на органските производи кон потрошувачите.</p> <p>7.2. Техничка поддршка за учество на меѓународни саеми</p> <p>7.3. Спроведување на локални манифестации од областа на земјоделството, руралниот развој, шумарството и водостопанството преку објавување јавен повик за користење техничка поддршка за организирање и спроведување на локални манифестации</p> <p>7.4. Предлозите може да се поднесуваат до 31.10.2018 година.</p>	<p style="text-align: center;">Одговорни институции</p> <p>МЗШВ</p> <p>Потсекторската постојана група за органско производство (ППГОП)</p>	<p style="text-align: center;">Период за спроведување</p> <p>2018, октомври континуирано секоја година во јуни и октомври</p>
<p>МЕРКА 8: Промоција на органски оброк во Клиника за детски болести - Скопје</p>		
<p style="text-align: center;">Начин на реализација</p> <p>8.1. Објавување оглас за понуда на сезонски производи (преку субвенционирање/поддршка од страна на МЗШВ)</p> <p>8.2. Објавување список на пријавени снабдувачи кои можат да бидат избрани во зависност од нивното сезонско производство</p>	<p style="text-align: center;">Одговорни институции</p> <p>МЗШВ</p> <p>Детската болница</p> <p>Производители на органска храна</p>	<p style="text-align: center;">Период за спроведување</p> <p>2018-2019</p>

МЕРКА 9: Промоција на органски оброк во детските градинки

Начин на реализација	Одговорни институции	Период за спроведување
<p>9.1. Организирање работна средба со:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Министерството за труд и социјална политика (МРСП) и Агенција за храна и ветеринарство (АХВ) ● Директорите на детските градинки ● Производители на органска храна/како и снабдувачи ● Нутриционисти кои ќе го објаснат значењето на органската храна пред воспитувачите и децата за кои е наменета ● Формирање на секции за едукација за садење и одгледување органски производ (со обезбедување саксии со земја и семе на растенија) да се стекнат навики за грижа и одгледување на производи 	<p>МЗШВ МТСП АХВ Организациите на потрошувачи Други Граѓански организации</p>	<p>2018 - 2019</p>

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- Commission Implementing Regulation (EU) No 1267/2011 of 6 December 2011 amending Regulation (EC) No 1235/2008 laying down detailed rules for implementation of Council Regulation (EC) No 834/2007 as regards the arrangements for imports of organic products from third countries; Official Journal of the European Union L 324/9
- Commission Regulation (EC) No 2078/2002 of 22 November 2002 concerning tenders submitted in response to the invitation to tender for the export of husked long grain B rice to the island of Réunion referred to in Regulation (EC) No 1895/2002, Official Journal L 319, 23/11/2002 P. 0016 - 0016
- Commission Regulation (EC) No 889/2008 of 5 September 2008 laying down detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 834/2007 on organic production and labelling of organic products with regard to organic production, labelling and control Official Journal of the European Union L 250/1
- Commission Regulation (EC) No 1235/2008 of 8 December 2008 laying down detailed rules for implementation of Council Regulation (EC) No 834/2007 as regards the arrangements for imports of organic products from third countries. Достапно на: <http://data.europa.eu/eli/reg/2008/1235/oj>
- COUNCIL REGULATION (EC) No 1085/2006 of 17 July 2006 establishing an Instrument for Pre-Accession Assistance (IPA) Official Journal of the European Union EN 31.7.2006
- COUNCIL REGULATION (EC) No 1698/2005 of 20 September 2005 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) Official Journal of the European Union L 277/1
- COUNCIL REGULATION (EC) No 1804/1999 of 19 July 1999 supplementing Regulation (EEC) No 2092/91 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs to include livestock production
- Council Regulation (EC) No 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labelling of organic products and repealing Regulation (EEC) No 2092/91 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32007R0834>
- COUNCIL REGULATION (EEC) No 2092/91 of 24 June 1991 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs (OJ L 198, 22.7.1991, p. 1)
- European Commission (2011). Working document of the Commission services on official controls in the organic sector. Достапно на: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/sites/orgfarming/files/docs/body/controls-working-document-20110708_en.pdf
- European Commission (2017). Fact Sheet: The new organic Regulation. Достапно на: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-17-4686_en.htm
- European Commission. (2011). IMPACT ASSESSMENT: Common Agricultural Policy towards 2020. Достапно на: https://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/impact-assessment/cap-towards-2020_en
- European Commission. (2013). Overview of CAP Reform 2014-2020, Agricultural Policy Perspectives Brief, N°5*. Достапно на: https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/policy-perspectives/policy-briefs/05_en.pdf

- European Commission. (2014). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social Committee and the Committee of the regions: Action Plan for the future of Organic Production in the European Union. Достапно на: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/sites/orgfarming/files/docs/body/act_en.pdf
- European Commission. (2014). Organic farming: A guide on support opportunities for organic producers in Europe. Достапно на: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/sites/orgfarming/files/docs/body/support-opportunities-guide_en.pdf
- European Network for Rural Development, https://enrd.ec.europa.eu/leader-clld_en
- European Organic Regulations (EC) No 834/2007, 889/2008 and 1235/2008. An Evaluation of the First Three Years Looking for Further Development, part 1.2. setting the scene – organic regulations since 2009 – views from the sector; International Federation of Organic Agriculture Movements European Union Regional Group IFOAM EU Group.
- IFOAM EU Group. (2014, January). Organic in Europe: Prospects and developments. Достапно на: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/634/?ref=1>
- IFOAM Organics International. (2017, September). Guidelines for public support to organic agriculture. Достапно на: https://www.ifoam.bio/sites/default/files/policy_toolkit_main_report.pdf
- Regulation (EU) No 1310/2013 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2013 laying down certain transitional provisions on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD), Достапно на: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0865:0883:en:PDF>
- Regulation (EC) No 178/2002 of the European Parliament and of the Council of 28 January 2002 laying down the general principles and requirements of food law, establishing the European Food Safety Authority and laying down procedures in matters of food safety. Достапно на: <http://data.europa.eu/eli/reg/2002/178/oj>
- Regulation (EC) No 882/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on official controls performed to ensure the verification of compliance with feed and food law, animal health and animal welfare rules. Достапно на: <http://data.europa.eu/eli/reg/2004/882/oj>
- Roljević Nikolić, S. Vuković, P. Grujić, B. (2017). Measures to support the development of organic farming in the EU and Serbia. Economics of Agriculture. Достапно на: <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0352-3462/2017/0352-34621701323R.pdf>
- Sanders, J. (ed.) 2013: Evaluation of the EU legislation on organic farming. Braunschweig: Thünen Institute of Farm Economics. Достапно на: https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/evaluation/market-and-income-reports/2013/organic-farming/chap4_en.pdf
- Schmid O., Dabbert S., Eichert C., González V., Lampkin N., Michelsen J., Slabe A., Stokkers R., Stolze M., Stopes C., Wollmuthová P., Vairo D. and Zanoli R. (2008). Organic Action Plans: Development, implementation and evaluation.
- Volk, T., M. Rednak, E. Erjavec, E. Zhllima, G. Gjeci, S. Bajramović, Ž. Vaško, D. Ognjenović, J. Butković, M. Kerolli-Mustafa, E. Gjokaj, B. Hoxha, D. Dimitrievski, A. Kotevska, I.J. Stamenkovska, A. Martinovic, D. Konjevic, M. Spahic, N. Bogdanov, R. Papić, S. Todorović (authors); Volk, T., E. Erjavec, P. Ciaian, S. Gomez y Paloma (eds.) (2017), Monitoring of agricultural policy developments in the Western Balkan countries,

European Commission, Joint Research Centre, EUR 28527 EN, doi:10.2760/73968 (Print), doi:10.2760/146697 (PDF).

- Годишен извештај на Агенцијата за храна и ветеринарство за 2015 година, Агенција за храна и ветеринарство. Достапно на: http://www.fva.gov.mk/images/Godisen_izvestaj_za_raboteneto_na_AHV_za_2015_godina.pdf
- Годишен извештај на Агенцијата за храна и ветеринарство за 2016 година, Агенција за храна и ветеринарство. Достапно на: https://www.dropbox.com/s/yv5g12ociu6jayi/Godisen%20izvestaj%20AHV%202016%20final_rev_1_12042017.pdf?dl=0
- Национален план за органско производство за периодот 2013–2020 (НПОП)
- Национална програма за развој на земјоделството и рурален развој за периодот 2018–2022, „Службен весник на Република Македонија“, бр. 32/2018
- Национална стратегија за земјоделството и руралниот развој за периодот 2014–2020
- ПРОГРАМА ЗА ФИНАНСИСКА ПОДДРШКА ВО ЗЕМЈОДЕЛСТВОТО ЗА 2018 ГОДИНА, „Службен весник на Република Македонија“, бр. 17/2018



СТУДИЈА
ОРГАНСКАТА
ХРАНА

поблиску до
потрошувачите

