REGIONALNE RAZLIKE U STAVOVIMA KUPACA EKOLOŠKIH POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA NA PODRUČJU SISAČKO-MOSLAVAČKE ŽUPANIJE

Likarević, Tihana

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Križevci college of agriculture / Visoko gospodarsko učilište u Križevcima**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:185:506407

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Repository Križevci college of agriculture - Final thesis repository Križevci college of agriculture

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Tihana Likarević, bacc. ing. agr.

REGIONALNE RAZLIKE U STAVOVIMA KUPACA EKOLOŠKIH POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA NA PODRUČJU SISAČKO-MOSLAVAČKE ŽUPANIJE

Završni specijalistički diplomski stručni rad

Križevci, 2018.

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Specijalistički diplomski stručni studij
Poljoprivreda

Usmjerenje: *Održiva i ekološka poljoprivreda*

Tihana Likarević, bacc. ing. agr.

REGIONALNE RAZLIKE U STAVOVIMA KUPACA EKOLOŠKIH POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA NA PODRUČJU SISAČKO-MOSLAVAČKE ŽUPANIJE

Završni specijalistički diplomski stručni rad

Povjerenstvo za obranu i ocjenu završnog specijalističkog diplomskog stručnog rada:

1. mr.sc. Silvije Jerčinović, v.pred. – predsjednik povjerenstva i član
2. dr.sc. Kristina Svržnjak, prof. v.š. – mentorica i članica
3. mr.sc. Lidija Firšt-Godek, v.pred. – članica

SADRŽAJ:

1. UVOD……1

2. PREGLED LITERATURE……..…… 2
2.1. Ekološki poljoprivredni proizvod…….. 3
2.2. Tržište ekoloških poljoprivrednih proizvoda……..….. 6

3. MATERIJAL I METODE……... 9

4. REZULTATI I RASPRAVA……..… 11
4.1. Socio-demografska obilježja ispitanica…… 15
4.2. Poznavanje ekološke poljoprivredne proizvodnje i oznake ekološki proizvod…… 18
4.3. Kupovne/potrošačke navike ispitanica……. 23
4.4. Mišljenje o cijenama i cjenovnoj spremnosti ispitanica…… 33
4.5. Uloga lokalne i područne (regionalne) samouprave u razvoju ekoloških poljoprivrednih proizvoda……...…. 38
4.6. Terensko istraživanje asortimana ekoloških poljoprivrednih proizvoda trgovačkih kuća …….. 41

5. ZAKLJUČAK…… 43

6. LITERATURA…….. 46

7. PRILOZI…… 49

POPIS KRATICA…….. 62

SAŽETAK…….. 63

SUMMARY……. 64

ŽIVOTOPIS…… 65

1. UVOD

Opće je znano kako u posljednjih dvadesetak godina ekološka poljoprivredna proizvodnja dobiva sve veću pozornost, a time je i zanimanje šire javnosti za nju sve veće. Što je ekološka poljoprivredna proizvodnja? Moglo bi se reći i ne tako novi sustav poljoprivredne proizvodnje (njeni počeci sežu još iz prve polovice prošlog stoljeća), kojim se maksimalno nastoji iskoristiti potencijal jednog poljoprivrednog gospodarstva uz očuvanje prirodnog ekosustva. Ekološka poljoprivredna proizvodnja danas je "zanimljiva" mnogima. Između pozitivnih primjera ima onih koji ju žele raznim sredstvima obezvrijediti, ali i onih koji ju raznim sumnjivim radnjama žele iskoristiti radi bolje zarade. Zbog toga je ekološka poljoprivredna proizvodnja i označavanje ekoloških proizvoda jasno definirana i zaštićena domaćom i EU pravnom regulativom. Međutim, bez obzirom na sve postavljene "zapreke" pred ekološkom poljoprivrednom proizvodnjom, ekološki poljoprivredni proizvod zauzima sve veću pozornost i udio na tržištu.

Obzirom na rastući trend potražnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda u svijetu, zanimljivo će biti istražiti stavove potrošača istih proizvoda na području Sisačko-moslavačke županije (SMŽ). Predmet ovoga istraživanja jesu regionalne razlike (Banovina, Moslavina i Posavina) u stavovima kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda na području Sisačko-moslavačke županije.

Stoga je cilj rada uočiti postojeće regionalne razlike na području Sisačko-moslavačke županije između kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda kako bi se mogle predložiti mjere koje bi utjecale na smanjenje tih razlika.

U radu je postavljeno šest hipoteza:

H_1 – kupci na području Sisačko-moslavačke županije nisu dovoljno upoznati s ekološkom oznakom,

H_2 – socio-demografska obilježja ispitanika ne utječu na povjerenje kupaca u ekološku oznaku,

H_3 – znanje ne utječe na povjerenje kupaca u ekološku oznaku,

H_4 – prisutnost ekološke oznake na proizvodima povećava kupovnu spremnost potrošača ekoloških proizvoda,

H_5 – prisutnost ekološke oznake na proizvodima povećava cjenovnu spremnost potrošača ekoloških proizvoda,

H_6 – pokazati će se regionalne razlike između kupaca ekoloških proizvoda Sisačko-moslavačke županije (Banovina, Moslavina i Posavina).

2. PREGLED LITERATURE

U posljednjih četrdesetak godina poljo(djelstvo) širom svijeta preobrazilo u poljo(privredu). Razlog za tu preobrazbu je iz svakog polja ili životinje izvući najviše, a pri tome smanjiti broj „ruku“ potrebnih za rad. Uspjeh poljoprivrede se u tom vremenskom razdoblju ne može poreći. Međutim, pitanje je: Da li je primjena novih tehničkih dostignuća, veća nacionalna upotreba fosilne energije i agrokemikalija dovela do opasnih ekoloških posljedica i iscrpljivanja ne obnavljajućih prirodnih resursa? Da li je vrijedno toga da sa zemlje nestanu brojne biljne i životinjske vrste? Da li je vrijedno smanjenju broja seoskih gospodarstva i poljoprivrednika? Da li je vrijedno izumiranje sela uslijed jačanja industrijske poljoprivrede? Ali, uvijek je postojao otpor, tako se usporedno s industrijskom poljoprivredom razvijao i jedan drugi oblik poljoprivrednog gospodarenja naziva biološko-dinamička poljoprivreda. U ovakvom tipu gospodarenja naglasak je na mjerama: izgradnja dugotrajne plodnosti bez primjene agrokemikalija te maksimalno aktiviranje i iskorištavanje bioloških procesa i potencijala unutar samog gospodarstva. U osnovi biološko-dinamička i ekološka poljoprivreda imaju iste biološke i ekološke postavke. Danas gotovo nema zemlje na svijetu u kojoj se na većim ili manjim površinama ne prakticira ekološka poljoprivreda (Znaor, 1996). Mada s odmakom od gotovo dvadeset godina već spomenuti autor kao i većina autora imaju približno iste stavove o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodniji. Znaor (1996) i Kisić (2014) smatraju kako je za ekološku poljoprivrednu proizvodnju idealan tip mješovitog, tj ratarsko-stočarskog poljoprivrednog gospodarstva. Takva gospodarstva imaju zatvoren ciklus proizvodnje u kojem se nastoji iskoristiti sav njihov potencijal. Ekološka poljoprivreda veoma je važan dio agronomske znanosti. Ona bi zapravo trebala biti brana negativnih učinaka konvencionalne poljoprivredne proizvodnje na zdravlje ljudi i zaštitu okoliša. Ekološka poljoprivreda nije kako neki znaju reći poljoprivreda naših predaka već suvremena i zahtjevna proizvodnja hrane s osnovnim ciljem očuvanja prirodne ravnoteže. Osnovna načela ekološke poljoprivrede su: poticanje mikrobioloških aktivnosti unutar samog gospodarstva, očuvanje i povećanje plodnosti tla, potpuna zabrana ili samo iznimno dopuštena upotreba agrokemikalija, očuvanje raznolikosti biljnih i životinjskih vrsta u prirodi, proizvodnja zdravijih namirnica, osigurati zadovoljavajući ekonomski uspjeh poljoprivrednog gospodarstva. Najkraće, ekološka poljoprivreda teži etički prihvatljivoj, ekološki čistoj, socijalno pravednoj i gospodarski isplativoj poljoprivrednoj proizvodnji.

Ekološka poljoprivredna proizvodnja je prema definiciji Uredbe vijeća (EZ) br. 834/2007 vrlo stroga s jasno definiranim proizvodnim metodama i ciljevima: "Ekološka je proizvodnja sveobuhvatni sustav upravljanja poljoprivrednim gospodarstvima i proizvodnjom hrane koji ujedinjuje najbolju praksu zaštite okoliša, visoku razinu biološke raznolikosti, očuvanje prirodnih resursa, primjenu visokih standarda za dobrobit životinja i proizvodne metode koje su prikladne s obzirom na to da neki potrošači prednost daju proizvodima proizvedenim uz primjenu prirodnih tvari i procesa. Prema tome, ekološka proizvodnja u društvu ima dvostruku ulogu, pri čemu s jedne strane opskrbljuje specifično tržište odgovarajući na potražnju potrošača za ekološkim proizvodima, a s druge strane osigurava javna dobra koja doprinose zaštiti okoliša i dobrobiti životinja, kao i ruralnom razvoju." Osim toga, već je spomenuto da je ekološka poljoprivreda jasno definirana i zaštićena pravnom regulativom, a temeljni pravni akti su:

a) zakonodavstvo RH: Zakon o poljoprivredi (NN 30/2015) i Pravilnik o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji (NN 19/2016),
b) zakonodavstvo EU: Uredba komisije 889/2088 o detaljnim pravilima za provedbu Uredbe Vijeća (EZ) br.834/2007 o ekološkoj proizvodnji i označavanju ekoloških proizvoda s obzirom na ekološku proizvodnju, označavanje i kontrolu[1] i Uredba vijeća (EZ) br. 834/2007 o ekološkoj proizvodnji i označavanju ekoloških proizvoda i stavljanje izvan snage Urede (EEZ) br. 2092/91[2].

2.1. Ekološki poljoprivredni proizvod

Kada je riječ o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji, mišljenje šire javnosti je kako je riječ o proizvodnji "zdrave hrane". Međutim, da li je pojam "zdrava hrana" isto što i "ekološki poljoprivredni proizvod"? Pojam "zdrava hrana", sukladno temeljnom pravnom aktu o zdravstvenoj ispravnosti namirnica Zakonu o hrani (NN 81/2013, 14/2014, 39/2015) označava sve zdrave prehrambene proizvode na tržištu, u suprotnom oni ne smiju biti dostupni potrošaču, ili moraju biti uklonjeni s prodajnog mjesta. Prema tome pojam "zdrava hrana" možemo povezati sa svim tipovima poljoprivredne proizvodnje pod uvjetom da se proizvodi bez negativnih utjecaja na

[1] Uredba komisije 889/2088 o detaljnim pravilima za provedbu Uredbe Vijeća (EZ) br.834/2007 o ekološkoj proizvodnji i označavanju ekoloških proizvoda s obzirom na ekološku proizvodnju, označavanje i kontrolu (Službeni list Europske unije, 05.09.2008)

[2] Uredba vijeća (EZ) br. 834/2007 o ekološkoj proizvodnji i označavanju ekoloških proizvoda i stavljanje izvan snage Urede (EZ) br. 2092/91 (Službeni list Europske unije, 28.06.2008).

ljudsko zdravlje. Nasuprot tome, pojam "ekološki poljoprivredni proizvod" strogo je propisan pravnom regulativom. Uredba vijeća (EZ) br. 834/2007 u GLAVI IV – Označavanje, gdje se detaljno opisuje i pravno regulira mogućnost ostvarivanja logotipa ekološke proizvodnje. Ekološki poljoprivredni proizvod je samo onaj koji je proizveden i označen temeljem nacionalnog Pravilnika o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji (slika 1), odnosno prethodno navedenoj Uredbi Europske unije (slika 2).



Slika 1: Nacionalni znak ekološkog proizvoda
(Izvor: https://www.google.hr)



Slika 2: Znak ekološkog proizvoda EU
(Izvor: https://www.agroklub.com/eko-proizvodnja/kako-prepoznati-ekoloski-proizvod/)

Poljoprivredni proizvod koji je označen oznakom ekološki proizvod, proizveden je bez "dodataka" kao što su pesticidi, mineralna gnojiva, genetski modificirani organizam… Kako razlikovati ekološki prehrambeni proizvoda od onoga koji to nije? Jednostavno, pogledom na

ambalažu proizvoda. Svaki takav proizvod na svojoj ambalaži mora imati gore navedenu nacionalnu i/ili EU oznaku ekološkog proizvoda. Samo oznaka ekološkog proizvoda daje sigurnost da taj proizvod ima certifikat koji potrošačima daje "jamstvo" da konzumiraju pravi ekološki poljoprivredni proizvod. Zagovornici ekološkog poljoprivrednog proizvoda smatraju kako on imaju bolju kvalitetu, utječe na imunitet te da je koristan u borbi protiv mnogo bolesti.

Portal Dokazi u medicini u članku „Je li eko/bio/organska hrana bolja za zdravlje?" između ostalog prenosi istraživanje Barański i suradnika koje je provedeno 2014. godine. Nakon što su statistički analizirali 343 istraživanja utvrdilo se kako se u konvencionalno uzgojenoj hrani nalazi i do četiri puta veća količina pesticida te veća količina potencijalno opasnog metala kadmija. Nadalje, kako se navodi u istom članku organski uzgojena hrana sadrži značajno više antioksidanata, kojima se na temelju drugih studija pripisuju pozitivni učinci u prevenciju kardiovaskularnih i neurodegenerativnih bolesti te nekih tipova raka[3]. Sandra Krstev Barać mag. nutricionizma na internet portalu Zdravo budi u članku „Je li organska hrana zdravija?" prenosi rezultate istraživanja 41 studije koje su uspoređivale nutritivnu vrijednost organski i konvencionalno uzgojenog voća, povrća i žitarica. Pokazalo se kako organska hrana ima više vitamina C (27%), željeza (22,1%), magnezija (29,3%) te fosfora (13,6%) nego konvencionalne inačice. Navedena istraživanja također su otkrila da preporučenih 5 serviranja organskog povrća i voća zadovoljava dnevne potrebe muškaraca i žena za vitaminom C što istim iz konvencionalnog uzgoja ne polazi za rukom. Dodatno, organska je hrana sadržavala 15 % manje štetnih nitrata koji su sastavni dio umjetnih gnojiva. Rezultati četverogodišnjeg projekta financiranog od EU su pokazali da organski uzgojeno voće i povrće sadrži do 40 % više antioksidanata te veće količine minerala poput željeza i cinka[4].

Simini i sur. (2013) naglašavaju da se eko-oznaka označava kao važan instrument za povećanje komercijalne vrijednosti nekog proizvoda. Eko-oznaka znatno utječe i na jačanje vrijednosti njegove robne marke na svjetskom tržištu. Autori smatraju kako eko - oznaka utječe na pozitivnu odluku potrošača o kupnji, jer su na njoj dostupne informaciju o proizvodu sa staništa ekološkog aspekta. Kao u zaključku navode eko-oznaka direktno utječe na: bolje pozicioniranje proizvoda na tržištu, posebice u međunarodnoj razmjeni i na smanjenje mogućih štetnih djelovanja proizvoda na životnu sredinu. Bez obzira na ekološku oznaku Horvatović (2016) ističe kako u

[3] http://dokaziumedicini.hr/eko-bio-organska-hrana-zdravlje/
[4] https://www.zdravobudi.hr/clanak/461/je-li-organska-hrana-zdravija

svijetu, ali i u Hrvatskoj, potrošači često ne prepoznaju ekološki poljoprivredni proizvod na policama trgovina ili tržnica.

2.2. Tržište ekoloških poljoprivrednih proizvoda

Leko-Šimić (2002) navodi kako je neosporno da postoje prirodni uvjeti za proizvodnju hrane u RH. Međutim postavlja se pitanje "Koliko i kako su ti prirodni uvjeti iskorišteni?". Prema autorici nedovoljno. Smatra kako je najveći problem: niska razina investicija, primjena novih tehničkih i tehnoloških dostignuće te dob radne snage u poljoprivredi koja je veoma zabrinjavajuća. Nadalje navodi kako je prehrana danas u Republici Hrvatskoj jako skupa iz dva razloga - cijene hrane i niskog obiteljskog prihoda te kako izdaci za prehranu u Hrvatskoj iznose 35,1% obiteljskog proračuna dok recimo u Belgiji iznose 12% ili npr. u Španjolskoj 23%. Smatra kako kod velike većine stanovništva realna mogućnost za kupovinu ne postoji, već se svodi na ono nužno za zadovoljavanje osnovnih prehrambenih potreba. Zaključuje kako je najčešći čimbenik odluke o kupnji upravo cijena proizvoda iz čega proizlazi da potražnja danas nije motivirajući čimbenik razvoja poljoprivrede.

Istraživanjem koje je provedeno na uzorku od 110 potrošača ekološke hrane na području Grada Zagreba (Tomić i sur., 2015) ispitana je povezanost demografskih varijabli i namjere kupnje ekološkog kruha i pekarskih proizvoda. Osnovni zaključak je da nije pronađena statistički značajna razlika u namjeri kupnje ekološkog kruha i pekarskih proizvoda s obzirom na spol. Veću namjeru kupiti ekološki kruh i pekarski proizvod imaju ispitanici starosne dobi od 46 do 55 godina i oni s ukupnim primanjima većim od 7.000,00 kn. Ostala ispitana obilježja kao npr. stupanj obrazovanja i broj članova kućanstva u navedenom istraživanju nemaju znatnog utjecaja na namjeru kupnje ekološkog kruha i pekarskih proizvoda.

Podatke o europskom ekološkom sektoru objavili su Istraživački institut za organsku poljoprivredu (FiBL) i Kompanija za informacije o poljoprivrednom tržištu (AMI) na sajmu BIOFACH, a prenosi ih Internet portal Agrobiz u članku "Tržište ekološke hrane raste: Najviše troše Švicarci - 262 eura po stanovniku". Prema podacima iznijetim na sajmu BIOFACH u veljači ove godine, tržište ekoloških proizvoda u Europi nastavlja rasti i u 2015., povećanje iznosi 13%, gotovo 30 milijardi eura. Površina pod ekološkim proizvodima je povećana za gotovo milijun ha. Najveće tržište organskih proizvoda u Europi je Njemačka. Švicarska ima najveću potrošnju organske hrane po stanovniku, kako u Europi, tako i u svijetu. Prema prvim pokazateljima za 2016.,

tržište nastavlja jačati i u Njemačkoj je u toj godini dostiglo 9,5 milijardi eura. Inače, Njemačka je drugo po veličini tržište ekoloških proizvoda u svijetu nakon SAD-a (35,8 milijardi eura u 2015.). Svake godine, kako se navodi, europski potrošači troše sve više na eko hranu, u prosjeku 36 eura na razini Europe, a 54 eura na razini Europske unije[5].

Također je zanimljivo i istraživanje koje je utvrdilo kako je potrošač, uslijed promocijskih poruka u kojima se ističe kako je proizvod siguran za okoliš, spreman platiti 20% i višu cijenu za ekološki prihvatljiv proizvod (Ham, 2009).

Istraživanjem za magazin Ja TRGOVAC koje je provela agencije Hendal na temu eko/bio proizvodi, od 400 telefonski anketiranih građana njih 74% odgovara da znaju za tu vrstu proizvoda. Na pitanje smatraju li da su ekološki proizvodi zdraviji od standardnih, samo njih 21,9% odgovorilo je da ne smatraju kako su ti proizvodi zdravija opcija. Prema učestalosti kupovine, ekološke/bio proizvode redovito kupuje 10,8% ispitanih, dok 54,4% konzumenata navodi da ih kupuje rijetko, a 34,7% ih nikad ne kupuje. Najviše ispitanika, njih 54,5% ekološke/bio proizvode kupuje u trgovačkim lancima, na tržnici 37%, a u specijaliziranim bio dućanima i drogerijama 13,6 %. Čak 84,7% anketiranih građana ističe kako im je bitno da su ekološki/bio proizvodi koje kupuju hrvatskog podrijetla[6].

Online ili internet prodaja zadnjih godina sve je raširenija. Internet portal Klix je objavio istraživanje Kaspersky Laba kompanije za proizvodnju antivirusnih programa kako muškarci i žene u svijetu podjednako aktivno koriste internet, ali žene kupuju više preko interneta i aktivnije komuniciraju – 88 % žena i 83 % muškaraca kupuje online[7]. Zanimljiv je i podatak kako žene kontroliraju više novca nego ikada u povijesti, koju prenosi Internet portal t.portal.hr. Kako prenosi navedeni portal istraživanje koje je provedeno u SAD-u je utvrđeno kako 35% žena zarađuje više od muževa, a u obitelji imaju zadnju riječ u 85 % kupnje svega, od nekretnina i automobila, do računala i farmaceutskih proizvoda[8].

[5] http://www.agrobiz.hr/agrovijesti/trziste-ekoloske-hrane-raste-najvise-trose-svicarci-262-eura-po-stanovniku
[6] https://www.vecernji.hr/lifestyle/ekolosku-hranu-kupuje-10-posto-hrvata-620198
[7] https://www.klix.ba/magazin/zanimljivosti/zene-su-aktivnije-i-vise-kupuju-preko-interneta/130105071
[8] https://www.tportal.hr/lifestyle/clanak/zene-kontroliraju-vise-novca-nego-ikada-20101209/print

S obzirom na gore navedena istraživanja u ovom radu ciljna skupina su žene starosne dobi od 25 do 65 godina. Osim toga razlog takvog odabira je i što žene pretežito kupuju prehrambene proizvode. Kako tvrdi Faletar i sur. (2015): "Žene imaju izraženiju svijest o povezanosti prehrane i zdravlja, pozitivniji stav o ekološkom mljekarstvu i pokazuju veću kupovnu namjeru u odnosu na muškarce."

U regionalnoj strukturi Sisačko-moslavačke županije postoje velike razlike u društvenoj i gospodarskoj razvijenosti. Znano je kako Banovina zaostaje u gospodarskom razvoju u odnosu na Posavinu i Moslavinu. Uzrok tome je Domovinski rat i dugogodišnja gospodarska kriza. Kao posljedica navedenog je isplaćeni neto-dohodak po stanovniku oko 5.500 kn viši u Posavini i Moslavini nego u Banovini 2005. godine (Braičić i Lončar 2011). Obzirom na prethodno navedeno može se smatrati da Posavina i Moslavina imaju povoljnija demografska i gospodarska obilježja nego Banovina. Brojna istraživanja utvrdila su kako su najčešći kupci ekoloških poljoprivrednih proizvoda oni s većom platežnom mogućnosti. Kako je Banovina slabije gospodarski razvijena moglo bi se tvrditi kako će se najmanje ekoloških poljoprivrednih proizvoda kupovati u toj regiji. Međutim, istraživanje Brčić-Stipčević i sur. (2013) pokazalo je drugačije, odnosno najviše ekoloških prehrambenih proizvoda u RH se kupuju u Lici, Kordunu i Banovini (21,1%).

3. MATERIJAL I METODE

Predmet ovog rada je istražiti regionalne razlike u stavovima kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda na području Sisačko-moslavačke županije kako bi se mogle predložiti mjere koje bi utjecale na smanjenje tih razlika.

Kako bi se uočile te razlike i mogle predložiti mjere za smanjene razlika provedeno je anketiranje. Istraživanje je imalo za zadaću utvrditi povjerenje kupaca Sisačko-moslavačke županije u ekološku poljoprivrednu proizvodnju i oznaku eko proizvoda, utvrditi varijable koje utječu na stav o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji/oznaci te utjecaj povjerenja u ekološku oznaku na namjeru kupnje i cjenovnu spremnost kupaca ekoloških proizvoda. Istraživanjem je također bila namjera utvrditi ulogu Sisačko-moslavačke županije i drugih institucija u razvoju ekološke poljoprivredne proizvodnje/proizvoda kao i saznati mišljenje ispitanika o budućnosti razvoja ekološke poljoprivrede u Sisačko - moslavačkoj županiji. Navedeno se testiralo s obzirom na regionalnu pripadnost kupaca pojedinoj regiji u Sisačko-moslavačkoj županiji - Banovina, Moslavina, Posavina s naglaskom na razlike prema slijedećim varijablama, pa prema tome anketa se sastoji od četiri cjeline (prilog 1):

a) *socio-demografska obilježja ispitanika*: regionalna pripadnost, dob, obrazovanje, mjesečna primanja, broj članova kućanstva
b) *znanje o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji i oznaci za ekološki proizvod*: dobiti informaciju o poznavanju ekološke poljoprivredne proizvodnje i osviještenosti o značaju i ulozi ekološke poljoprivredne proizvodnje i ekoloških prehrambenih proizvoda na zdravlje ljudi, dobiti saznanje o poznavanju oznaka za ekološki proizvod EU i RH, poznavanju ekoloških poljoprivrednih proizvođača iz Sisačko-moslavačke županije
c) *kupovne/potrošačke navike ispitanika*: učestalost kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvod i istražiti situacije u kojima se najčešće koriste, stavovi ispitanica prema podrijetlu ekološkog poljoprivrednog proizvoda, istražiti na kojim mjestima se najviše kupuju ekološki poljoprivredni proizvodi, motivi kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda kao i utvrditi cjenovnu spremnost ispitanica naspram njih
d) *uloga lokalne i područne (regionalne) samouprave, institucija, osobno mišljenje razvoja ekološke poljoprivredne proizvodnje*: istražiti koju ulogu ima Sisačko-moslavačka županija u razvoju ekoloških poljoprivrednih proizvoda, koja je najvažnija institucija u Sisačko

– moslavačkoj županiji za razvoj ekološke poljoprivredne proizvodnje, saznati iskreno mišljenje/prijedlog o budućnosti razvoja ekološke poljoprivrede u Sisačko - moslavačkoj županiji.

S obzirom da su istraživanja u prošlom poglavlju pokazala da žene pretežito kupuju prehrambene proizvode, ciljna skupina u ovom istraživanju su žene starosne dobi od 25 do 65 godina. Anketa se sastoji od 23 pitanja. Anketna pitanja uglavnom su sastavljena na način da se pokraj pitanja nalazi ponuđeni odgovori tzv. zatvorena pitanja. Ispitanica je imala mogućnost odabira jedan ponuđeni odgovor. Unutar pitanja zatvorenog tipa, nalazi se i nekoliko pitanja s ponuđenim odgovorima intenziteta od 1 do 5. Samo nekoliko anketnih pitanja su tzv. pitanja otvorenog tipa. Ispitanicima je ostavljen prazan prostor u koji su spontano trebale napisati odgovor koji prema njihovom mišljenju najviše odgovara.

Prikupljanje podataka provedeno je terenskim istraživanjem u središtima jedinica lokalnih samouprava Sisačko-moslavačke županije, slučajnim odabirom ispitanica direktnim kontaktom i putem društvene mreže Facebook. Anketa je proveden u vremenskom razdoblju od tri tjedna tijekom listopada i studenog 2017. godine. Prije ispunjavanja ankete, sudionicama je bilo rečeno kako je anketa anonimna. Ukupno vrijeme ispunjavanja ankete je trajalo od 10 do 15 minuta, a sudjelovalo je 180 ispitanica.

Provedeno je i terensko istraživanje asortimana ekoloških poljoprivrednih proizvoda u trgovačkim kućama u Sisku. Istraživanje je provedeno u vremenskom razdoblju od 1. listopada do 25. listopada 2017. godine, a obuhvaćene su trgovačke kuće: Lidl, Kaufland, Konzum, Plodine, Lonija, KTC i Interspar.

Rezultati su obrađeni odgovarajućim matematičko–statističkim metodama u programu MS Office – Excel. Podaci ankete prikazani su pomoću tablica i grafikona. Pojedina odstupanja i razlike analizirat će se i biti će prikazane u nastavku rada.

Kao izvor podataka u radu se koristi literatura iz područja ekološke poljoprivredne proizvodnje i tržišta hrane: knjige, članci, naučni i stručni znanstveni radovi, statistički podaci, zakonska regulativa. Za potrebe istraživanja, a s obzirom na temu rada kao izvor podataka koriste se i pravni akti Sisačko-moslavačke županije, strategije i studije razvitka te ostali podaci Upravnog odjela za poljoprivredu, šumarstvo i vodno gospodarstvo Sisačko-moslavačke županije.

4. REZULTATI I RASPRAVA

Sisačko-moslavačka županija nalazi se na jugu središnjeg dijela Hrvatske i treća je po veličini županija. Graniči sa Zagrebačkom, Karlovačkom, Bjelovarsko-bilogorskom i Brodsko-posavskom županijom, te na jugu s Republikom Bosnom i Hercegovinom. U sklopu Sisačko-moslavačke županije se nalaze 19 jedinica lokalne samouprave (JLS): Sisak, Novska, Kutina, Popovača, Glina, Petrinja, Hrvatska Kostajnica, Jasenovac, Lipovljani, Velika Ludina, Martinska Ves, Lekenik, Topusko, Gvozd, Dvor, Hrvatska Dubica, Majur, Donji Kukuruzari i Sunja. Broj stanovnika prema popisu iz 2001. godine iznosi 183.730, od kojih 85.054 živi u poljoprivrednim kućanstvima, prema podatcima iz Prvog popisa poljoprivrede, odnosno 46,29% stanovnika (Turski i sur. 2007). Sisačko-moslavačka županija povezuje vrlo različite socijalne, geografske i pedološke cjeline. Sukladno tome mogu se izdvojiti tri osnovne regije (slika 3):

a) Banovina - brdoviti i šumski predjeli ispresijecani vodotocima s razvijenom industrijom prerade drveta, te tradicionalno razvijenim stočarstvom
b) Moslavina - na istoku završava s malim dijelom Slavonije. Osnovno obilježje poljoprivrede tog područja je malo svaštarsko obiteljsko gospodarstvo s razvijenim stočarstvom, vinogradarstvom, voćarstvom i povrtlarstvom
c) Lonjsko polje – središnji dio županije - Posavina, prostire se između Banovine i Moslavine, a predstavlja ravničarski dio županije. Dio polja stalno je pod vodom, na njemu prevladavaju močvarne šume i pašnjaci. Na rubnim uzdignutim dijelovima koji zatvaraju Lonjsko polje nalaze se uređene i visokoproduktivne zemljišne površine koje se koriste za uzgoj ratarskih i industrijskih kultura, krmnih kultura i povrća. S obzirom na tradicionalno razvijeno stočarstvo pretežno se uzgajaju kulture koje se koriste kako osnovica za proizvodnju kabaste i koncentrirane stočne hrane, dok se manji dio koristi za proizvodnju hrane za ljude.

Ako se uzmu u obzir svi prirodni resursi i značajke regija Sisačko-moslavačke županije može se zaključiti kako je ono raznoliko, a za razvoj poljoprivrede i prehrambene industrije vrlo povoljno (Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2000).



Slika 1. Upravno-teritorijalna podjela i prostorne cjeline Sisačko-moslavačke županije

SLIKA 3: Upravno-teritorijalna podjela i prostorne cjeline Sisačko-moslavačke županije
(Izvor: https://www.semanticscholar.org/paper/Unutarregionalni-Dispariteti-U-Sisac-ko-moslavacBRAI%C4%8CI%C4%86LON%C4%8CAR/189e209badb8838442787d117dfc98add3f88945/figure/1)

Uzevši u obzir da je na županijskom tržištu ostalo, na osnovu popisa stanovništva iz 2011. godine približno 170.000 potrošača te blizinu velikog potrošačkog središta Zagreba, kao i dobru infrastrukturnu povezanost s ostalim velikim nacionalnim potrošačkim središtima kao i onima iz ostatka Europske unije ekološka poljoprivredna proizvodnja može biti bitan čimbenik razvitka poljoprivredne proizvodnje Sisačko-moslavačke županije (Likarević 2017).

Razvojna strategija Sisačko-moslavačke županije 2017.-2020. donosi kako je ekološka poljoprivredna proizvodnja posebice zanimljiva zbog mogućnosti plasmana tako proizvedenih proizvoda na tržište Europske unije kao i više cijene takvih proizvoda. Sisačko-moslavačka županija izdvaja znatna sredstva za razvoj ekološke poljoprivrede, a o opravdanosti poticaja govori porast broja ekoloških poljoprivrednih proizvođača na području županije. Poticajnu mjeru za ekološku poljoprivrednu proizvodnju Sisačko-moslavačka županija uvela je 2005. godine. Te

godine poticaj je odobren devetorici korisnika, a u 2013. godini poticaj je odobren 121 ekološkom proizvođaču s područja Sisačko-moslavačke županije.

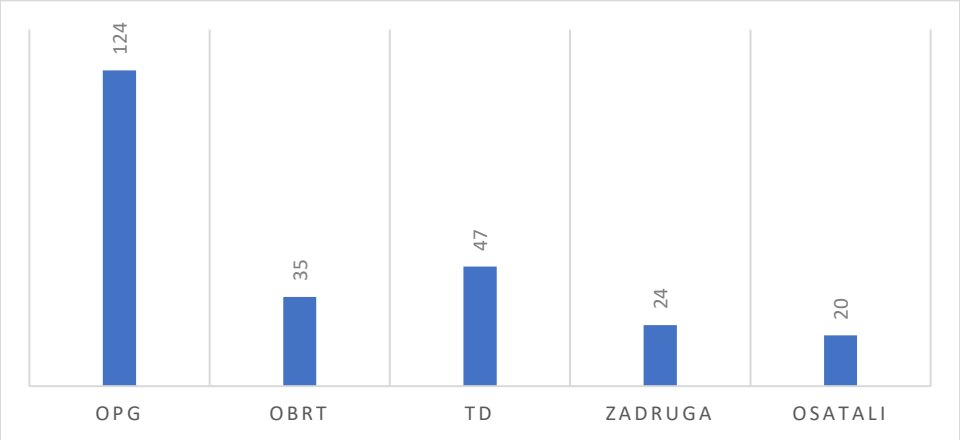
Prema podacima Ministarstva poljoprivrede u RH je 2015. godine korišteno 1.537.629 ha poljoprivredne površine, od toga broja površine pod ekološkom proizvodnjom iznose 75.883 ha ili 4,94%, dok je 2016. godine evidentirana površina od 93.814 ha i 3.546 ekoloških proizvođača.

Prema podacima Agencije za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju broj ekoloških poljoprivrednih proizvođača na području Sisačko-moslavačke županije (SMŽ) je 250 s ekološkim površinama od 3.301,19 ha ili 0,21% ukupno korištenog poljoprivrednog zemljišta RH, odnosno 4,4% ukupnih ekoloških površina (tablica 1).

Tablica1: Broj poljoprivrednih gospodarstava i površina ekološke poljoprivredne proizvodnje u Sisačko-moslavačkoj županiji 2015. godine

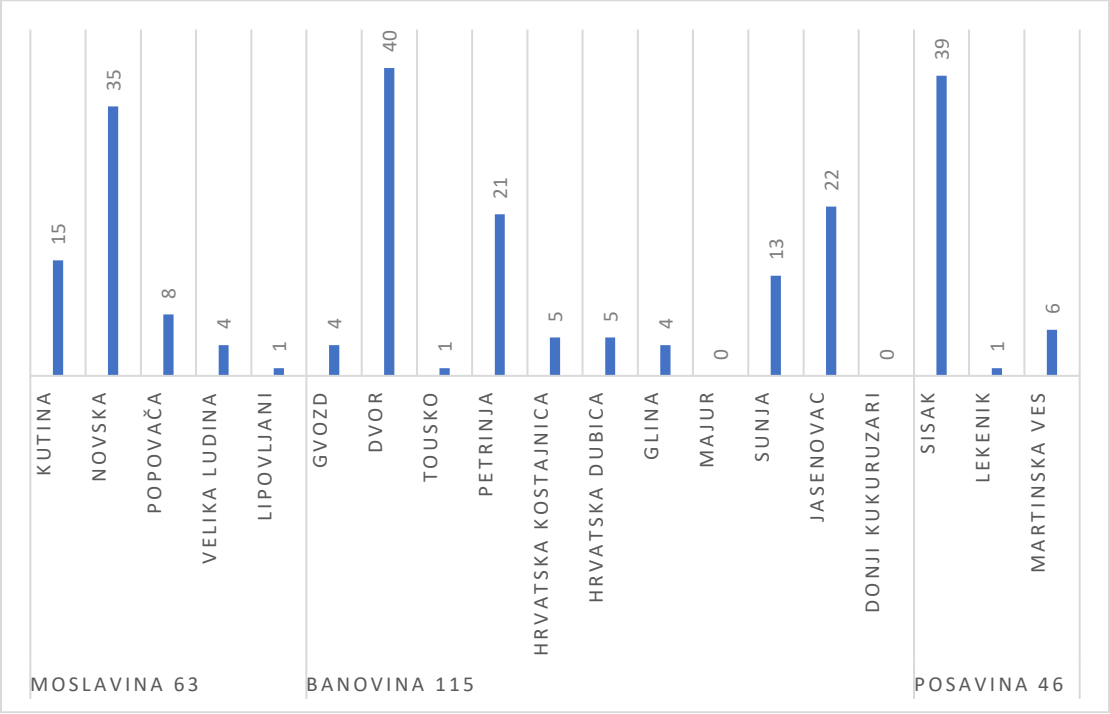
Vrsta poljoprivrednog gospodarstva	Broj poljoprivrednog gospodarstva	Ekološka proizvodna u ha	Prijelazna ekološka proizvodnja u ha
OPG	124	2.480,20	1.599,26
Obrt	35	92,06	101,49
TD	47	493,5	630,65
Zadruga	24	235,43	148,28
Osatali	20		
UKUPNO	250	3.301,19	2.479,68

Izvor: Agencija za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju,
Izvještaj broj 6: Tražene kulture na jedinstvenom zahtjevu iz 2015. http://www.apprrr.hr/statistika-2015-1743.aspx



Grafikon 1: Broj ekoloških poljoprivrednih gospodarstava prema vrsti gospodarstva u SMŽ
Izvor: Tablica 1

Sukladno Odluci o utvrđivanju lista za isplatu potpora u poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za 2016. godinu[9] zabilježena su 224 ekološka poljoprivredna proizvođača, što je za 26 proizvođača manje od statističkih podataka Agencije za plaćanje u poljoprivredi i ruralnom razvoju za 2015. godinu. Vrlo vjerojatan razlog te razlike je članak 5. Odluke o potporama poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za razdoblje od 2013. - 2020. godine[10] koji propisuje kako korisnici poticaja mogu biti isključivo ona poljoprivredna gospodarska koja imaju prebivalište i sjedište kao i proizvodne površine na području Sisačko-moslavačke županije.

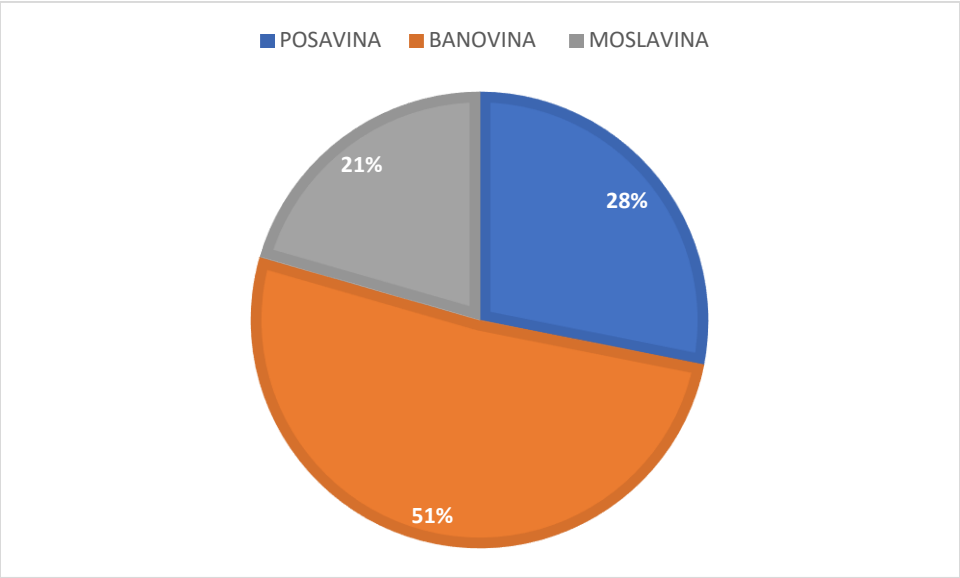


Grafikon 2: Broj ekoloških proizvođača po jedinicama lokalne uprave SMŽ

Izvor: Odluka o utvrđivanju lista za isplatu potpora u poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za 2016. godinu

[9] Odluka o utvrđivanju lista za isplatu potpora u poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za 2016. (”Službeni glasnik Sisačko-moslavačke županije”, broj 32/16)

[10] Odluka o potporama poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za razdoblje od 2013. - 2020. (”Službeni glasnik Sisačko-moslavačke županije”, broj 23/16)



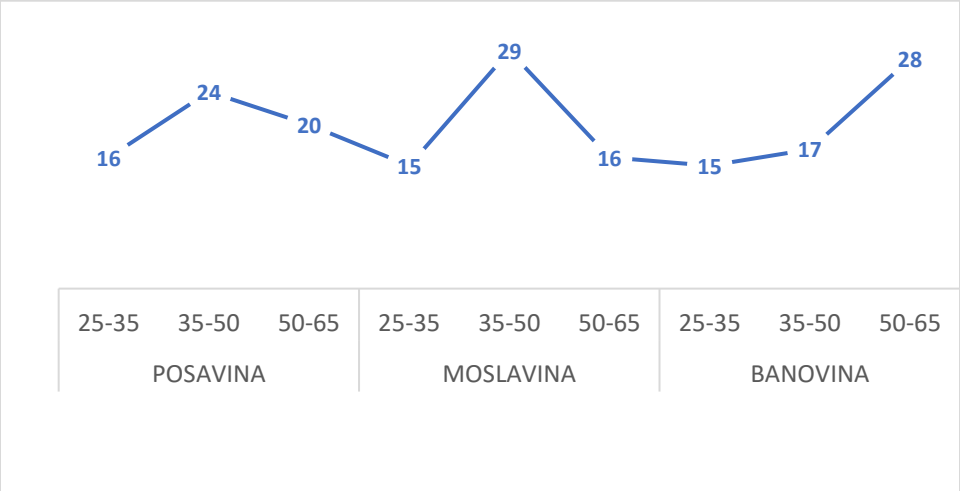
Grafikon 3: Ekološki proizvođači po regijama Sisačko-moslavačke županije (%)
Izvor: Odluka o utvrđivanju lista za isplatu potpora u poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za 2016. godinu

Iz grafikona 2 i 3 vidljivo je kako se najveći broj ekoloških poljoprivrednih proizvođača nalazi na području Banovine (51%). Razlog tome je zasigurno činjenica kako regiju Banovina čini 11 JLS dok Posavinu i Moslavinu 3, odnosno 5. Osim toga Banovina se smatra "najčišćim" dijelom Sisačko-moslavačke županije. Prirodne prednosti, resursi, čist okoliš naročiti tla osigurala su ovoj regiji vodeću poziciju u ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji SMŽ. Obzirom na temu ovog rada u nastavku će se prikazati istraživanje kako stanovnice Banovine bez obzira na broj ekoloških proizvođača, obim ekološke poljoprivredne proizvodnje te dostupnost ekoloških proizvoda pokazuju manje "zanimanje" kao i veću cjenovnu osjetljivost u odnosu na preostale promatrane regije.

4.1. Socio-demografska obilježja ispitanica

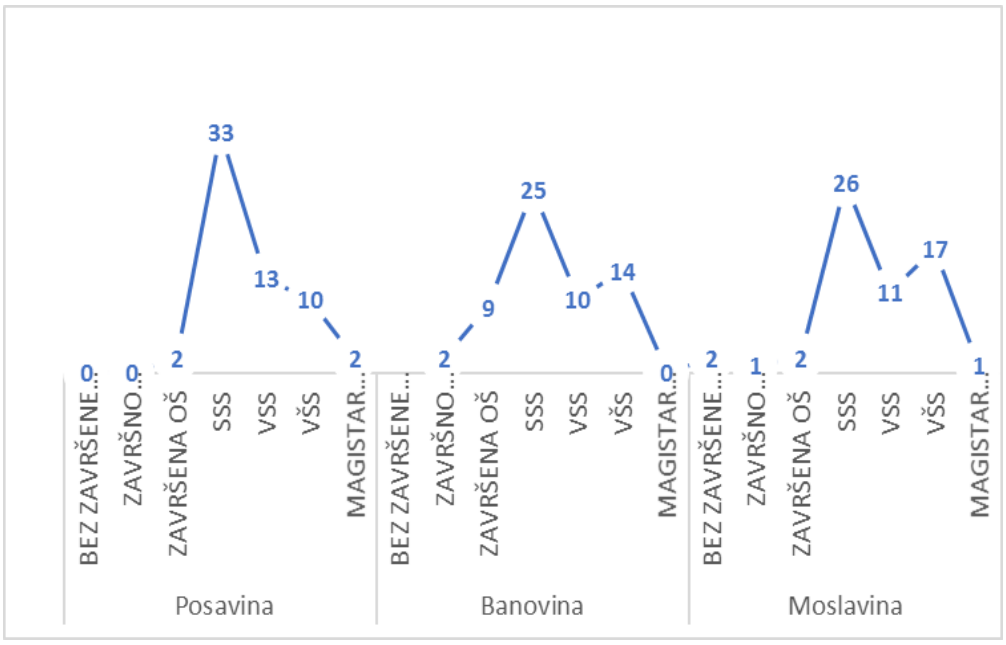
U anketnom istraživanju je bilo obuhvaćeno 180 (N) ispitanica s područja Sisačko-moslavačke županije i to u jednakom omjeru od 60 (N1) ispitanica po regiji: Posavina, Banovina i Moslavina. Prema prilogu 2 (tablica 17) može se vidjeti da najviše ispitanica Sisačko-moslavačke županije pripada dobnoj skupini od 35 do 50 godina (38,88%), a najmanje dobnoj skupini 25 do 35 godina (25,55%). Prema obrazovnoj strukturi najviše je anketirano ispitanica sa završenom srednjom stručnom spremom (46,66%), a najmanji broj ispitanica je bez završene osnovne škole (1,11%).

Zanimljivi podatak je da najveći broj ispitanica žive u kućanstvu s 4 do 5 članova (42,22%) te da su im mjesečna primanja od 5.000 do 10.000 kn (48,33%). Nasuprot tome, najmanje ispitanica ima mjesečna primanja od 20.000 kn i više (1,12%).

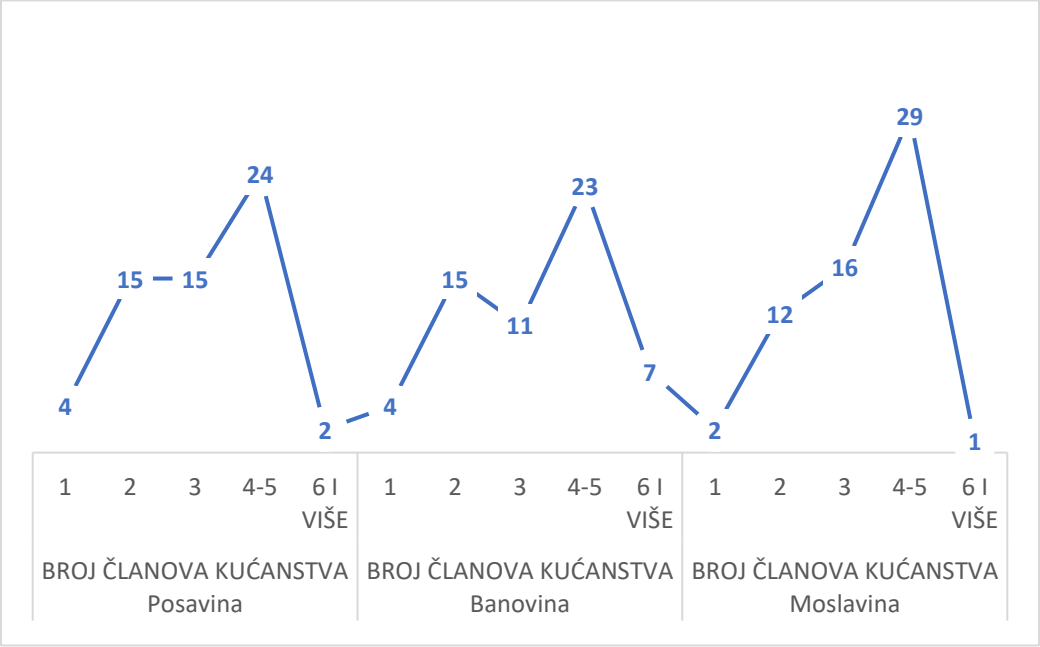


Grafikon 4: Dobne skupine ispitanica po regijama Sisačko-moslavačke županije (N=180)
Izvor: Anketno istraživanje

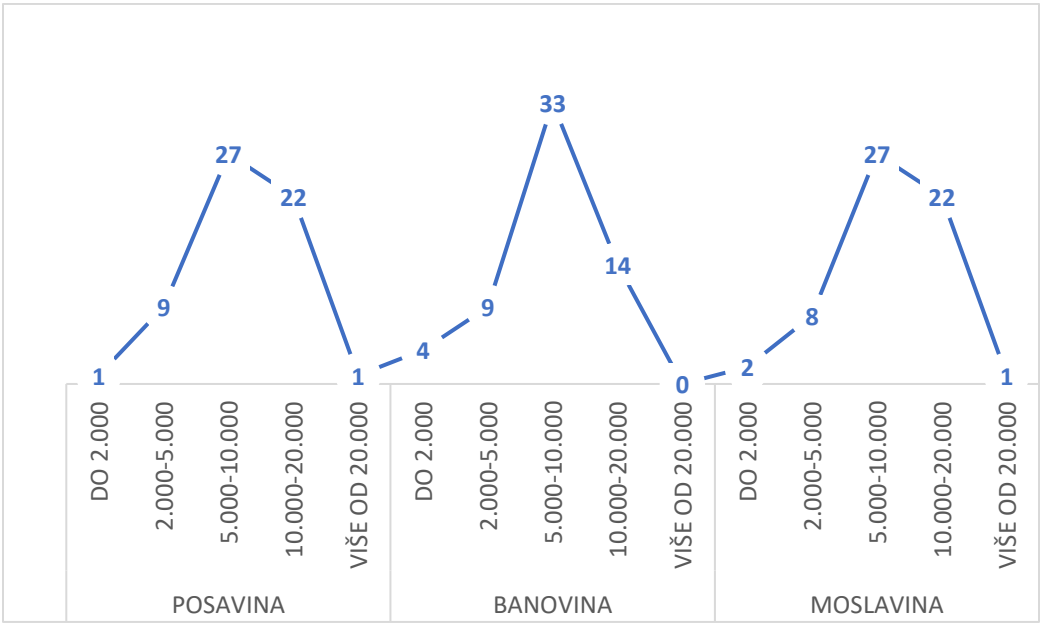
Temeljem podataka iz grafikona 4 se može zaključiti kako ima razlika u dobnim skupinama anketiranih ispitanica. Prema anketnom istraživanju kod ispitanica Posavine i Moslavine nema većih odstupanja u dobnim skupinama. Razlika u odnosu na prethodno navedene regije primijećena je kod ispitanica Banovine, gdje većina njih pripada dobnoj skupini od 50 do 65 godina. Nadalje, ispitanice Banovine zastupljene su u manjem broju u dobnoj skupini 35 do 50 godina, a u gotovo istom broju u dobnoj skupini 25 do 35 godina s ostale dvije predmetne regije. Obzirom na navedeno može se zaključiti kako ispitanice Posavine i Moslavine pripadaju mlađoj dobnoj skupini, a Banovine starijoj dobnoj skupini.



Grafikon 5: Obrazovanje ispitanica po regijama Sisačko-moslavačke županije (N=180)
Izvor: Anketno istraživanje



Grafikon 6: Broj članova kućanstva ispitanica po regijama Sisačko-moslavačke županije (N=180)
Izvor: Anketno istraživanje



Grafikon 7: Iznos primanja (u kn) ispitanica po regijama Sisačko-moslavačke županije (N=180)
Izvor: Anketno istraživanje

Na temelju podataka iz grafikona 5, 6 i 7 se može zaključiti da između ispitanica promatranih regija SMŽ nema značajnijih razlika u odnosu na obrazovanje, broja članova kućanstva i visini mjesečnih primanja. Međutim, primjećuje se kako ispitanice Banovine imaju nešto manja primanja i niži stupanj obrazovanja u odnosu na preostale dvije promatrane regije, odnosno prosječna primanja u Banovini iznosi 7.620,00 kn, a u Posavini 9.750,00 kn i Moslavini 9.710,00 kn. Obzirom na izneseni rezultat istraživanja zaključuje se kako stanovnice Banovine imaju manja primanja, te je za pretpostaviti da su cjenovno osjetljivije u odnosu na preostale dvije regije. Prema rezultatu ankete najveća je razlika u obrazovanju, 82% ispitanica na Banovini ima SSS, VŠS, VSS dok ih je u Posavini 97%, odnosno 92% u Moslavini. Prema brojnosti članova zajedničkog kućanstva grupi od 4 do 6 i više članova pripada 50% ispitanica Moslavine. Anketni rezultati broja članova kućanstva prema prosjeku potvrđuju da u Moslavinu (2,11) žive obitelji s najviše članova u istom kućanstvu zatim na Banovini (1,68) te najmanje brojni članovi zajedničkog kućanstva žive u Posavini (1,55).

4.2. Poznavanje ekološke poljoprivredne proizvodnje i oznake ekološki proizvod

Ovim istraživanjem trebalo se saznati jesu li ispitanice čule ili nisu za nekog ekološkog poljoprivrednog proizvođača iz Sisačko-moslavačke županije kao i da navedu naziv OPG-a koji se bavi ekološkom poljoprivrednom proizvodnjom za koji su eventualno čule. Nadalje, ispitala se

njihova osviještenost o značaju i ulozi ekološke poljoprivredne proizvodnje i ekoloških prehrambenih proizvoda na zdravlje ljudi te poznavanje znaka ekoloških proizvoda EU i RH.

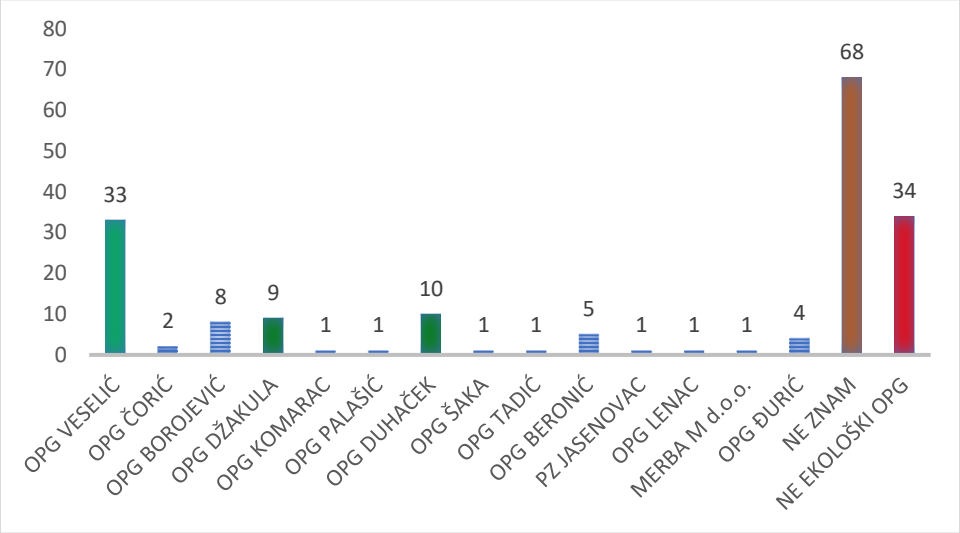
Tablica 2: Poznavanje ekološkog proizvođača (EP) iz Sisačko-moslavačke županije

REGIJA	ANKETNO PITANJE	PONUĐENI ODGVORI	N1=60	POSTOTAK %
POSAVINA	JESTE LI ČULI ZA NEKOG EP IZ SMŽ	DA	38	63,33
		NE	22	36,67
	SUMA		60	100
BANOVINA	JESTE LI ČULI ZA NEKOG EP IZ SMŽ	DA	24	40,00
		NE	36	60,00
	SUMA		60	100
MOSLAVINA	JESTE LI ČULI ZA NEKOG EP IZ SMŽ	DA	34	56,67
		NE	26	43,33
	SUMA		60	100

Izvor: Anketno istraživanje

Iz prikupljenih podataka (tablica 2) primjećuje se razlika između ispitanica. Ispitanice Banovine najmanje poznaju ekološke proizvođače iz SMŽ odnosno 40%, iz Moslavine 56,67%, a najviše ekoloških proizvođača znale su nabrojati ispitanice iz Posavine 63,33%. Iz grafikona 8 proizlazi podatak kako na području SMŽ više od trećine ispitanica (38%) nikada nije čula niti za jedan ekološki OPG iz SMŽ, a zabrinjavajući podatak je da je njih 34 ili 19% navelo naziv OPG koji obavljaju poljoprivrednu proizvodnju na konvencionalan način. Relativno visok postotak (19%) svrstavanja konvencionalnih poljoprivrednih proizvođača u ekološke je najvjerojatnije utjecaj svjesne manipulacije kupcima od strane proizvođača, a često i trgovaca. Kako bi utjecali na svijest kupca, uglavnom radi veće financijske dobiti proizvođači i/ili trgovci često namjerno svoje proizvode označavaju: “zdrav”, “domaći”, “prirodni” i na taj način dovode kupce u zabludu. Ako uzmemo u obzir i rezultate anketnog istraživanja kako se ekološki proizvodi kupuju najčešće na OPG i tržnicama ispitanice vjerojatno misle kako se radi o proizvodu nastalom u ekološkoj proizvodnji, a zapravo se radi o proizvodu dobivenom na konvencionalan način s korištenjem svih

agrokemijskih sredstava koja nisu dozvoljena u ekološkoj proizvodnji. Najprepoznatljiviji ekološki proizvođač (grafikon 8) u SMŽ je OPG Ivan Veselić (proizvodnja i prerada voća i povrća) kojeg su ispitanice Posavine navele u najvećem broju. Zatim slijedi OPG Željko Duhaček (pčelarstvo) najprepoznatljiviji u Moslavini i OPG Rodoljub Džakula (stočarstvo) koji je najprepoznatljiviji na Banovini. Bilo je i za pretpostaviti da će su upravo ova OPG istaknuti kao najprepoznatljivija jer neprekidno ulažu u znanje i gospodarstvo te imaju najbolju marketinšku pripremu za tržište.



Grafikon 8: Prepoznatljiva ekološka poljoprivredna gospodarstava iz SMŽ (N=180)

Izvor: Anketno istraživanje

Prema rezultatima mišljenja ispitanica iz sve tri regije SMŽ (tablica 3) je kako su stanovnici SMŽ u najvećem broju djelomično osviješteni o značaju i ulozi ekološke poljoprivredne proizvodnje i ekoloških prehrambenih proizvoda na zdravlje ljudi: 76,67% Posavina, 58,33% Banovina i 60,0% Moslavina. Zabrinjavajući je podatak kako samo 2,77% svih ispitanica smatraju da su stanovnici SMŽ u potpunosti osviješteni o značaju i ulozi ekološke poljoprivredne proizvodnje i ekoloških prehrambenih proizvoda na zdravlje ljudi.

Tablica 3: Osviještenost stanovništva SMŽ u pogledu ekološke poljoprivredne proizvodnje, ekoloških OPG iz SMŽ

REGIJE	PONUĐENI ODGOVORI	N1=60	POSTOTAK %
POSAVINA	U POTPUNOSTI OSVIJEŠTENI	1	1,67
	DJELOMIČNO OSVIJEŠTENI	46	76,67
	NISU OSVIJEŠTENI	13	21,66
	SUMA	60	100
BANOVINA	U POTPUNOSTI OSVIJEŠTENI	1	1,67
	DJELOMIČNO OSVIJEŠTENI	35	58,33
	NISU OSVIJEŠTENI	24	40
	SUMA	60	100
MOSLAVINA	U POTPUNOSTI OSVIJEŠTENI	3	5
	DJELOMIČNO OSVIJEŠTENI	36	60
	NISU OSVIJEŠTENI	21	35
	SUMA	60	100

Izvor:Anketno istraživanje

Od ispitanica se tražilo da prepoznaju znak ekoloških proizvoda iz EU i RH. Kao mogući odgovori prepoznavanja ekološke oznake EU bili su ponuđeni: Zeleni obris Zemaljske kugle sa listom na vrhu i natpisom „Eco Friendly“, Obris zelenog drveta sa zvjezdicama i natpisom „EU Ecolabel“ i Kvadrat koji ima svjetlo zelenu podlogu i zvjezdice u obliku lista bijele boje. Ponuđeni odgovori prepoznavanja ekološke oznake Republike Hrvatske: Zeleni obris Zemaljske kugle sa listom na vrhu i natpisom „Eko proizvod iz Hrvatske“, Zeleni krug sa natpisom „Hrvatski eko proizvod“ i Zeleni šesterokut sa natpisom „BIO“. Rezultat ukazuje da ispitanice prepoznaju znak ekološkog proizvoda EU – odnosno kvadrat koji ima svjetlo zelenu podlogu i zvjezdice u obliku

lista bijele boje (tablica 4): Posavina 41,67%, Banovina 58,33% i Moslavina 50,00%. Istraživanje je utvrdilo kako ispitanice bolje prepoznaju znak ekoloških proizvoda iz RH - Zeleni krug sa natpisom „Hrvatski eko proizvod“ (tablica 4): Posavina 60,00%, Banovina 66,97% i Moslavina 83,33%. Istraživanjem se došlo do saznanja kako ispitanice svih regija poznaju znak ekoloških proizvoda EU i RH. Kod ovog anketnog rezultata treba uzeti u obzir metodu istraživanje pomoću društvene mreže Facebook kao ograničavajućeg čimbenika. Naime, anketni upitnik je ispitanicama proslijeđen Facebookom tj. nije bilo direktnog kontakta te se pretpostavlja da su prilikom odgovaranja na ovo pitanje potražile „pomoć“, odnosno istraživale izgled eko oznake na Interentu, što su neke i priznale. Ispitanice Banovine i Moslavine pokazuju najbolje poznavanje znaka ekološkog proizvoda tj., upravo onaj uzorak kod kojeg se u najvećem broju istraživanje provodilo putem Facebooka.

Tablica 4: Poznavanje znaka ekoloških proizvoda EU i RH

PREPOZNAVANJE ZNAKA EKOLOŠKIH PROIZVODA EU	POSAVINA		BANOVINA		MOSLAVINA	
	N1=60	%	N1=60	%	N1=60	%
Zeleni obris zemaljske kugle s listom na vrhu i natpisom „ECO FRIENDLY	23	38,33	13	21,67	11	18,33
Obris zelenog drveta s zvjezdicama i natpisom „EU ECOLABEL“	12	20,00	12	20,00	19	31,67
Kvadrat koji ima svjetlo zelenu podlogu i zvjezdice u obliku lista bijele boje	25	41,67	35	58,33	30	50,00
SUMA	60	100	60	100	60	100
PREPOZNAVANJE ZNAKA EKOLOŠKIH PROIZVDA RH	N1=60	%	N1=60	%	N1=60	%
Zeleni obris zemaljske kugle s listom na vrhu i natpisom „EKO PROIZVOD IZ HRVATSKE”	5	8,33	8	13,03	7	11,67
Zeleni krug s natpisom „HRVATSKI EKO PROIZVOD“	36	60,00	40	66,97	50	83,33
Zeleni šesterokut s natpisom „BIO“	19	31,67	12	20,00	3	5,00
SUMA	60	100	60	100	60	100

Izvor: Anketno istraživanje

4.3. Kupovne/potrošačke navike ispitanica

Kupovne/potrošačke navike ispitanica uključuje: sklonost ispitanica kupnji ekoloških proizvoda; situacije u kojima najčešće koristite ekološke poljoprivredne proizvode; da li prilikom kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda obraćaju pozornost na proizvođača, odnosno podrijetlo; utjecaj deklaracija na proizvodu prilikom kupnje ekološkog poljoprivrednog proizvoda; motiv kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda (vanjski i organoleptički); koja su im obilježja važna kod kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda i najčešća prodajna mjesta.

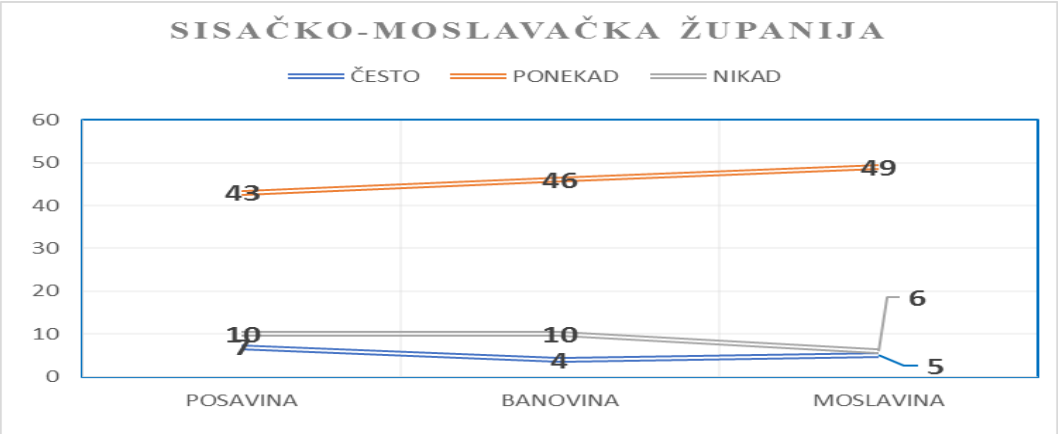
Tablica 5: Sklonost ispitanica kupnji ekoloških proizvoda

POSAVINA			BANOVINA			MOSLAVINA		
PONUĐENI ODGOVORI	N1=60	%	PONUĐENI ODGOVORI	N1=60	%	PONUĐENI ODGOVORI	N1=60	%
ČESTO	7	11,67	ČESTO	4	6,67	ČESTO	5	8,33
PONEKAD	43	71,67	PONEKAD	46	76,67	PONEKAD	49	81,67
NIKAD	10	16,66	NIKAD	10	16,66	NIKAD	6	10
SUMA	60	100	SUMA	60	100	SUMA	60	100

Izvor: Anketno istraživanje

.

Na pitanje o kupnji ekoloških proizvoda (tablica 5) najčešći odgovor je ponekad: Moslavina 81,67%, zatim Banovina 76,67% te Posavina 71,67%. Ovaj rezultat je također zabrinjavajući, jer samo 8,8% (N=180) ispitanica iz sve tri regije SMŽ često kupuje, a 14,4% (N=180) ispitanica se izjasnilo da nikad ne kupuju ekološki poljoprivredni proizvod. Razlog ovako zabrinjavajućih anketnih rezultata je vjerojatno mala kupovna moć ispitanica. U grafikonu 9 prikazan je broj ispitanica u predmetnim regijama SMŽ sukladno odgovoru na pitanje o sklonosti kupnje ekoloških proizvoda.



Grafikon 9: Sklonost kupnje ekoloških proizvoda (N=180)

Izvor: Tablica 6

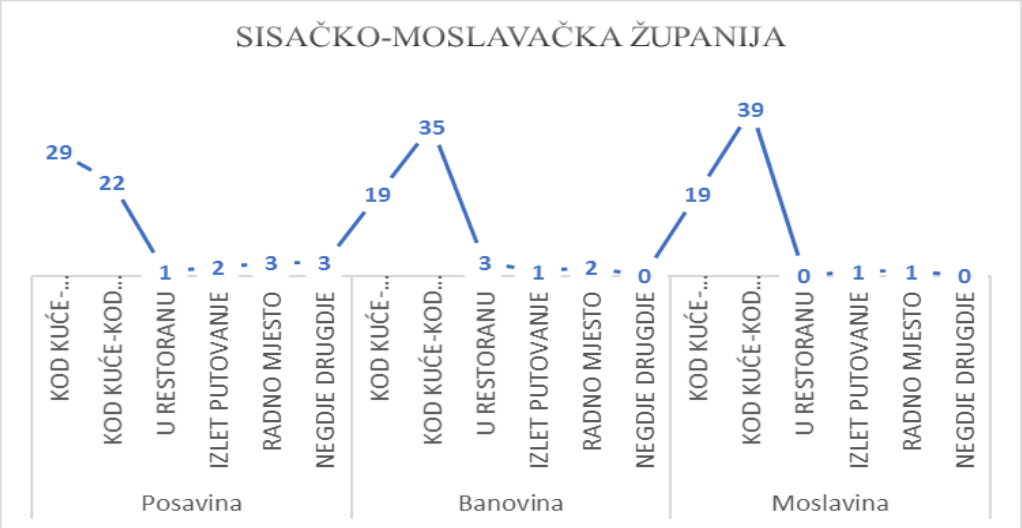
Slijedeće su ispitanice trebale označiti situacije u kojima najčešće koristite ekološke poljoprivredne proizvode. Iz odgovora (tablica 6 i grafikon 10) se može zaključiti kako je najčešća situacija u kojoj se koriste ekološki proizvod kod kuće - kao samostalni obrok ili kod kuće - kod pripreme drugih jela. Ispitanice Banovine 58,33% i Moslavine 65,00% najčešća koriste ekološki proizvod kod pripreme drugih jela, a Posavine 48,33% kao samostalni obrok. Zanimljiv je i podatak kako samo mali postotak ispitanica koriste ekološke proizvode u restoranu na izletu ili putovanju te radom mjestu. Ovaj rezultat anketnog istraživanja je sigurno povezan s malom kupovnom moći ispitanica. Za pretpostaviti je kako obrok spravljen kod kuće najmanje „košta“. Međutim, ako se uzmu u obzir rezultati anketnog istraživanja kako ispitanice najčešće kupuju na OPG i tržnicama kao i sumnja kako trgovci i/ili proizvođači znaju vješto manipulirati kupcima dodavanjem pridjeva “zdravo”, “domaće” i “prirodno” na svoje proizvode, može se pretpostaviti kako ti obroci spravljeni kod kuće i nisu baš spravljeni od ekoloških poljoprivrednih proizvoda.

Tablica 6: Situacije u kojima ispitanice najčešće koristite ekološke poljoprivredne proizvode

REGIJE	PONUĐENI ODGOVORI	N1=60	POSTOTAK %
POSAVINA	KOD KUĆE - SAMOSTALAN OBROK	29	48,33
	KOD KUĆE - KOD PROPREME DRUGIH JELA	22	36,67
	U RESTORANU	1	1,67
	IZLET PUTOVANJE	2	3,33
	RADNO MJESTO	3	5,00
	NEGDJE DRUGDJE	3	5,00
	SUMA	60	100

BANOVINA	KOD KUĆE - SAMOSTALAN OBROK	19	31,67
	KOD KUĆE - KOD PROPREME DRUGIH JELA	35	58,33
	U RESTORANU	3	5,00
	IZLET PUTOVANJE	1	1,67
	RADNO MJESTO	2	3,33
	NEGDJE DRUGDJE	0	0,00
	SUMA	60	100
MOSLAVINA	KOD KUĆE - SAMOSTALAN OBROK	19	31,66
	KOD KUĆE - KOD PROPREME DRUGIH JELA	39	65,00
	U RESTORANU	0	0,00
	IZLET PUTOVANJE	1	1,67
	RADNO MJESTO	1	1,67
	NEGDJE DRUGDJE	0	0,00
	SUMA	60	100

Izvor: Anketno istraživanje



Grafikon 10: Situacije u kojima se najčešće koristite ekološki proizvodi (N=180)

Izvor: Tablica 7

.

Od ispitanica je bilo traženo i mišljenje u svezi proizvođača, odnosno podrijetla ekološkog poljoprivrednog proizvoda. Postavljeno pitanje je bilo obraćaju li pozornost na podrijetlo proizvoda, odnosno proizvođača prilikom kupnje. Uz odgovor "DA" trebale su ocijeniti u kojoj

mjeri preferiraju proizvođače iz SMŽ, RH i EU, pri čemu je ocjena 1 bila uopće ne, a ocjena 5 maksimalno. Iz rezultata (tablica 7) se može zaključiti kako više od polovine ispitanica Moslavine (70,00%) i Posavine (53,53%) obraćaju pozornost na podrijetlo proizvoda, odnosno proizvođača. Za razliku od njih manje od polovine ispitanica Banovine (46,67%) obraćaju pozornost na podrijetlo proizvoda, odnosno proizvođača.

Tablica 7: Utjecaj proizvođača/podrijetla ekološkog poljoprivrednog proizvoda na kupnju

REGIJA	OBRAĆATE LI POZORNOST PRILIKOM KUPNJE EKO PROIZVODA NA PROIZVOĐAČA/ NA PODRIJETLO	N1=60	POSTOTAK %
POSAVINA	DA	32	53,33
	NE	28	46,67
	SUMA	60	100
BANOVINA	DA	28	46,67
	NE	32	53,33
	SUMA	60	100
MOSLAVINA	DA	42	70,00
	NE	18	30,00
	SUMA	60	100

Izvor: Anketno istraživanje

Iz rezultata (tablica 8, 9 i 10) se može zaključiti kako ispitanice Moslavine, Banovine i Posavine preferiraju hrvatske proizvođače ekoloških proizvoda. Prema Likertovoj ljestvici mjereno ocjenom od 1 do 5 ispitanice Banovine i Posavine najbolje su ocijenile ekološke proizvođače iz RH dok su ispitanice Moslavine najbolje ocijenile one iz SMŽ. Najmanje ocijene svih promatranih regija dobili su ekološki proizvođači EU.

Tablica 8: Preferencija proizvođača iz SMŽ, RH i EU (Posavina)

OBRAĆATE LI PRILIKOM KUPNJE EKO PROIZVODA POZORNOST NA PROIZVOĐAČA/ NA PODRIJEKLO (1-UOPĆE NE, 5-MAKSIMALNO) %					
PROIZVOĐAČ SMŽ		PROIZVOĐAČ RH		PROIZVOĐAČ EU	
1	1,67	1	0,00	1	10,00
2	0,00	2	0,00	2	15,00
3	20,00	3	18,33	3	11,67
4	20,00	4	13,33	4	6,67
5	11,67	5	21,67	5	10,00

Izvor: Anketno istraživanje

Tablica 9: Preferencija proizvođača iz SMŽ, RH i EU (Banovina)

OBRAĆATE LI PRILIKOM KUPNJE EKO PROIZVODA POZORNOST NA PROIZVOĐAČA/ NA PODRIJEKLO (1-UOPĆE NE, 5-MAKSIMALNO) %					
PROIZVOĐAČ SMŽ		PROIZVOĐAČ RH		PROIZVOĐAČ EU	
1	10,00	1	1,67	1	13,33
2	3,33	2	3,33	2	8,33
3	13,33	3	8,33	3	15,00
4	5,00	4	13,33	4	5,00
5	15,00	5	20,00	5	5,00

Izvor: Anketno istraživanje

Tablica 10: Preferencija proizvođača iz SMŽ, RH i EU (Moslavina)

OBRAĆATE LI PRILIKOM KUPNJE EKO PROIZVODA POZORNOST NA PROIZVOĐAČA/ NA PODRIJEKLO (1-UOPĆE NE, 5-MAKSIMALNO) %					
PROIZVOĐAČ SMŽ		PROIZVOĐAČ RH		PROIZVOĐAČ EU	
1	5,00	1	1,67	1	21,67
2	1,67	2	3,33	2	18,33
3	10,00	3	6,67	3	16,67
4	20,00	4	30,00	4	5,00
5	33,33	5	28,33	5	8,33

Izvor: Anketno istraživanje

Jedno od anketnih pitanja je bilo u kojoj mjeri deklaracija na proizvodu ima utjecaj prilikom kupnje ekološkog poljoprivrednog proizvoda pri čemu su se trebali ocijeniti pojedini elementi na deklaraciji ocjenom od 1 što je značilo potpuno nebitno do ocjene 5 što je značilo jako bitno. Elementi koji su se ocjenjivali: odsutnost od štetnih tvari, certifikat, proizvođač, prehrambene vrijednosti i datum proizvodnje rok upotrebe. Za ovo pitanje (kao i za prethodno te naredna dva) je korištena Likertova ljestvica. Ona se još naziva i sumativna ljestvica, jer je važna ukupna suma, odnosno što je zbroj veći, ispitanikov stav prema objektu/upitu je pozitivniji. Iz rezultata prema prilogu 3 (tablica 18), a na osnovu mišljenja ispitanica može se zaključiti kako se na deklaraciji proizvoda prilikom kupnje ekološkog proizvoda u SMŽ najviše gleda na: datum proizvodnje - rok upotrebe (1.), odsutnost od štetnih tvari (2.), prehrambenu vrijednost (3.), certifikat (4.) i na kraju proizvođača (5). Ovaj anketni rezultat je iznenađujući s obzirom da su ispitanice u ovom anketnom istraživanju navele da im je proizvođač, odnosno porijeklu ekološkog proizvoda bitno. Pretpostavka je kako su ispitanice prilikom odgovora na ovo pitanje mislile na poznatog proizvođača. Ta pretpostavka može se pravdati anketnim rezultatom kako ispitanice najviše kupuju ekološki proizvod na OPG i tržnicama, dakle od poznatog lokalnog ili preporučenog proizvođača s područja SMŽ ili RH. Tablica 11 pokazuje prosječne ocjene po svakom pitanju/stavu u kojoj mjeri deklaracija na proizvodu ima utjecaj prilikom kupnje ekološkog poljoprivrednog proizvoda Najveću prosječnu ocjenu ima pitanje/stav datum proizvodnje i rok upotrebe (4,6) zatim odsutnost od štetnih tvari (4,2), prehrambene vrijednosti (4,1), certifikat (3,8) te posljednje proizvođač (3,7). Prosječne cijene po pitanjima su prilično visoke i ujednačene. Najveća razlika je kod pitanja

certifikat i proizvođač čije ocjene značajnije odstupaju i najniže su čime se ukazuje kako ispitanice vjerojatno misle na poznate, preporučene već "isprobane" i sigurne proizvođače.

Tablica 11: Utjecaj pitanja/stava u kojoj mjeri deklaracija na proizvodu ima utjecaj prilikom kupnje ekološkog poljoprivrednog proizvoda

STAVOVI	PROSJEČNA OCJENA		
	POSAVINA	BANOVINA	MOSLAVINA
ODSUTNOST OD ŠTETNIH TVARI	4,3	4,2	4,2
CERTIFIKAT	3,9	3,5	3,9
PROIZVOĐAČ	3,9	3,7	3,5
PREHRAMBENE VRIJEDNOSTI	4,2	4,0	4,2
DATUM PROIZVODNJE ROK UPOTREBE	4,5	4,3	4,9

Izvor: Anketno istraživanje

Predmet zanimanja ovog rada je i motiv (vanjski motiv – zdravstveni učinak, briga za okoliš, kvaliteta i navika te jedini unutarnji ili organoleptički motiv - okus) koji ima najveći utjecaj na kupca pri odabiru ekološkog poljoprivrednog proizvoda. Od ispitanica je zatraženo da prethodno nabrojene motive kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvode ocijene od 1 do 5, pri čemu je 1 značilo uopće mi nije važno, a 5 izuzetno mi je važno. Anketni rezultati prikazani u prilogu 4 (tablica 19) su pokazali kako je najpozitivniji motiv odluke kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda: kvaliteta (1.) koja je ispred zdravstvenog učinka (2.) za samo 1,67% zatim ih slijede okus (3.), briga za okoliš (4.), navika (5.). Ujednačenost prosječne ocjene: kvaliteta (4,3), zdravstveni učinak (4,3), okus (4,3) i briga za okoliš (4,1) upućuje na činjenicu kako su ispitanice osviještene o značaju i utjecaju ekološke poljoprivredne proizvodnje za ljudsko zdravlje i zaštitu okoliša. Međutim najniža ocjena, ali opet ujednačena kod ispitanica iz sve tri regije, je za pitanje/motiv navika (2,7) što se zasigurno da povezati s malim i nesigurnim osobnom financijama (tablica 12).

Tablica 12: Motivi koji utječu na odluku o kupnji eko proizvoda

MOTIVI	PROSJEČNA OCJENA		
	POSAVINA	BANOVINA	MOSLAVINA
ZDRAVSTVENI UČINAK	4,2	4,4	4,3
BRIGA ZA OKOLIŠ	4,2	4,2	4,0
OKUS	4,3	4,3	4,3
KVALITETA	4,4	4,4	4,1
NAVIKA	2,7	2,4	3,1

Izvor: Anketno istraživanje

Kako bi se saznalo koja obilježja utječu na kupnju ekoloških poljoprivrednih proizvoda od ispitanica se tražilo da ocijene što im je važno kod kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda. Važnost pojedinih obilježja ocjenjivale su se od 1 do 5 (1= uopće mi nije važno, a 5= izuzetno mi je važno). Rezultati iz priloga 5 (tablica 20) su pokazali kako je najpozitivnije obilježje koje utječe na odluku kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda: kvaliteta (1.), okus (2) koji je ispred dostupnosti (3.) zatim ih slijede cijena (4.), izgled (5.), pakiranje (6.). Rezultati pokazuju kako nema značajnih odstupanja u ocjenjivanju pojedinih obilježja između regija. Najuočljivija je razlika kod cijene, na osnovu čega se može zaključiti kako su ispitanice Banovine najosjetljivije na cijene, a Posavine najmanje. Sukladno tablici 13, prosječna ocjena za kvalitetu (4,4) i okus (4,3) je kao u prethodnom pitanju vrlo visoka što ukazuju da ispitanice SMŽ drže kako su to dva neupitno najozbiljnija mjerila kupnje ekološkog poljoprivrednog proizvoda. Zanimljiv je i podatak kako je ispitanicama, prema prosječnim ocjenama dostupnost proizvoda (4) važna kao i sama cijena proizvoda (4). Izgled (3,7) i pakiranje (3,3) najmanje je bitno obilježje koje utječe na kupnju ekoloških poljoprivrednih proizvoda prema mišljenju ispitanica SMŽ. Zanimljiv je podatak kako su i ovdje prilično ujednačene i visoke prosječne ocjene što daje za pravo zaključiti kako su stanovnice predmetne županije ekološki osviještene.

Tablica 13: Obilježja koja utječu na kupnju ekoloških poljoprivrednih proizvoda

OBILJEŽJA	POSAVINA	BANOVINA	MOSLAVINA
OKUS	4,2	4,3	4,6
IZGLED	3,5	3,8	3,8
PAKIRANJE	3,1	3,6	3,3
CIJENA	3,7	4,3	4,0
DOSTUPNOST	3,8	4,1	4,1
KVALITETA	4,2	4,5	4,7

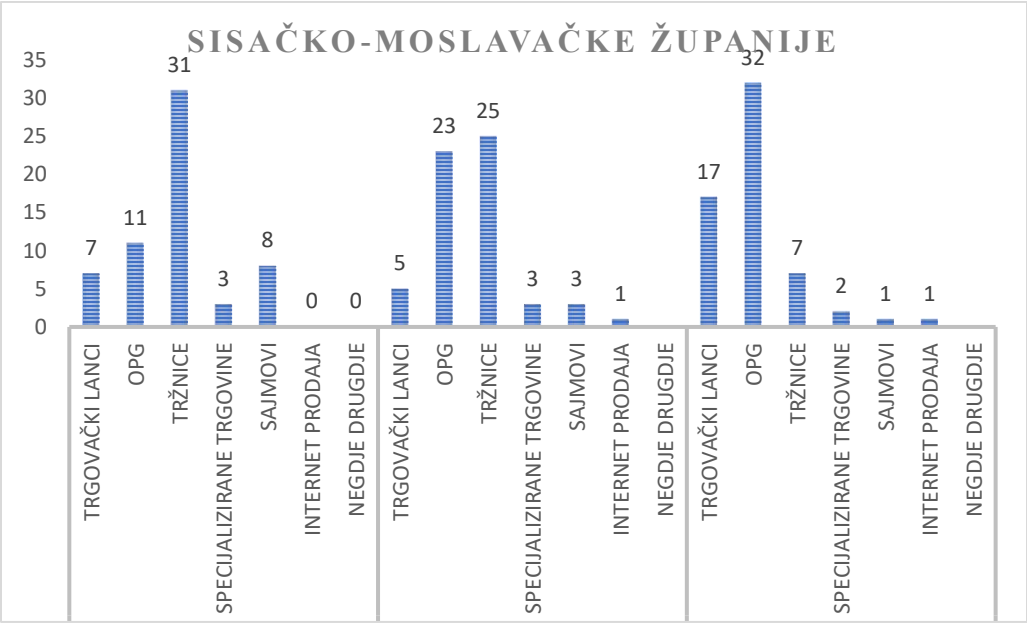
Izvor: Anketno istraživanje

Na pitanje gdje kupuju ekološke proizvode (tablica 14 i grafikon 11), ispitanice SMŽ (N=180) su izabrale kao najčešće mjesto kupnje OPG (66 ispitanica). Zatim slijede tržnice (63 ispitanica), trgovački lanci (29 ispitanica), sajmovi (12 ispitanica), specijalizirane trgovine (8 ispitanica) i na kraju internet prodaja (2 ispitanice). Po regijama na OPG-u najviše kupuju u Moslavini 53,33%, zatim na Banovini 38,33%, a najmanje u Posavini 18,33%. Ispitanice Posavine i Banovine najviše kupuju na tržnicama 51,67%, odnosno 41,67%. Obzirom na rezultate ankete ekološki proizvod stanovnice SMŽ najviše i najradije kupuju na ili blizini mjesta gdje se on sam i proizvodi na OPG (kućni prag) i tržnici. Najvjerojatniji razlog kupnje na OPG su niže cijene ekoloških proizvoda, jer nema posrednika u prodaji niti drugih troškova koji povisuju cijenu koštanja kao npr. dostava ili zakup prodajnog mjesta. Tržnica se tradicionalno smatra mjestom gdje se kupuje "zdravo" te je vjerojatno iz toga razloga ispitanice smatraju pogodnom za kupnjom ekoloških poljoprivrednih proizvoda. Ovaj rezultat kao i ostalom drugi anketni rezultati potvrđuje kako ispitanice najviše preferiraju ekološke poljoprivredne proizvođače iz SMŽ i RH.

Tablica 14: Mjesta najčešće kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda

GDJE NAJĆEŠĆE KUPUJETE EKO PROIZVODE	PONUĐENI ODGOVORI	N1=60	POSTOTAK %
POSAVINA	TRGOVAČKI LANCI	7	11,67
	OPG	11	18,33
	TRŽNICE	31	51,67
	SPECIJALIZIRANE TRGOVINE	3	5,00
	SAJMOVI	8	13,33
	INTERNET PRODAJA	0	0,00
	NEGDJE DRUGDJE	0	0,00
	SUMA	60	100
BANOVINA	TRGOVAČKI LANCI	5	8,33
	OPG	23	38,33
	TRŽNICE	25	41,67
	SPECIJALIZIRANE TRGOVINE	3	5,00
	SAJMOVI	3	5,00
	INTERNET PRODAJA	1	1,67
	NEGDJE DRUGDJE	0	0,00
	SUMA	60	100
MOSLAVINA	TRGOVAČKI LANCI	17	28,33
	OPG	32	53,33
	TRŽNICE	7	11,67
	SPECIJALIZIRANE TRGOVINE	2	3,33
	SAJMOVI	1	1,67
	INTERNET PRODAJA	1	1,67
	NEGDJE DRUGDJE	0	0,00
	SUMA	60	100

Izvor: Anketno istraživanje



Grafikon 11: Mjesta najčešće kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda (N=180)

Izvor: Anketno istraživanje

4.4. Mišljenje o cijenama i cjenovnoj spremnosti ispitanica

Ovim istraživanjem trebalo se saznati je li cijena ekoloških poljoprivrednih proizvoda opravdano viša naspram konvencionalnih, kao i mišljenje ispitanica je li opravdano, odnosno neopravdano viša cijena. Uz gore navedeno još se istražilo: koliko su ispitanice spremne više platiti za poljoprivredne proizvode koji imaju oznaku ekološkog proizvoda, jesu li spremne platiti više za ekološki poljoprivredni proizvod porijeklom iz Sisačko- moslavačke županije te utvrditi bi li više kupovale ekološke poljoprivredne proizvode da im je standard viši.

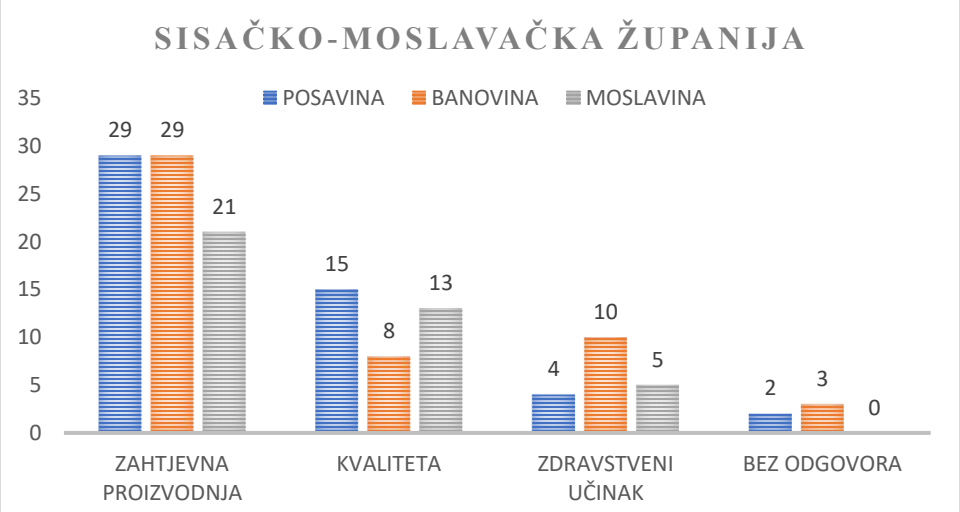
Iz podataka (tablica 15) anketnog pitanja o opravdanosti viših cijena ekoloških poljoprivrednih proizvoda naspram konvencionalnih se vidi kako ispitanice svih regija SMŽ smatraju da je cijena opravdano viša. Pozitivniji stav naspram više cijene imaju ispitanice Posavine i Banovine (83,33%) od onih iz Moslavine (65,00%). Ohrabrujuće za ekološku poljoprivrednu proizvodnju je podatak kako samo 22,77% svih ispitanica SMŽ smatra kako viša cijena nije opravdana. Kao opravdanje višoj cijeni ekoloških proizvoda (grafikon 12) ispitanice svih regija, u približno istom broju, navode kako je ona zahtjevnija (teža, skuplja, treba više znanja), kvalitetnija (bolji okus, miris, svježina ekoloških proizvoda) te kako je zdravija (pozitivni učinci na zdravlje ljudi). Ispitanice Moslavine u najvećem broju ne opravdavaju višu cijenu ekoloških poljoprivrednih proizvoda (tablica 19). Kako se iz grafikona 13 vidi njihov razlog su previsoke cijene u odnosu na visoke potpore koje za

ekološku poljoprivrednu proizvodnju ostvaruju proizvođači, odnosno smatraju da bi poticaji trebali utjecati na cijenu koštanja. Međutim, glavni razlog zašto prvenstveno ispitanice Moslavine pa zatim Posavine i Banovine ne odobravaju višu cijenu ekoloških proizvoda je iskazano nepovjerenje u ekološku proizvodnju, odnosno proizvod.

Tablica 15 : Opravdanosti viših cijena ekoloških poljoprivrednih proizvoda naspram konvencionalnih

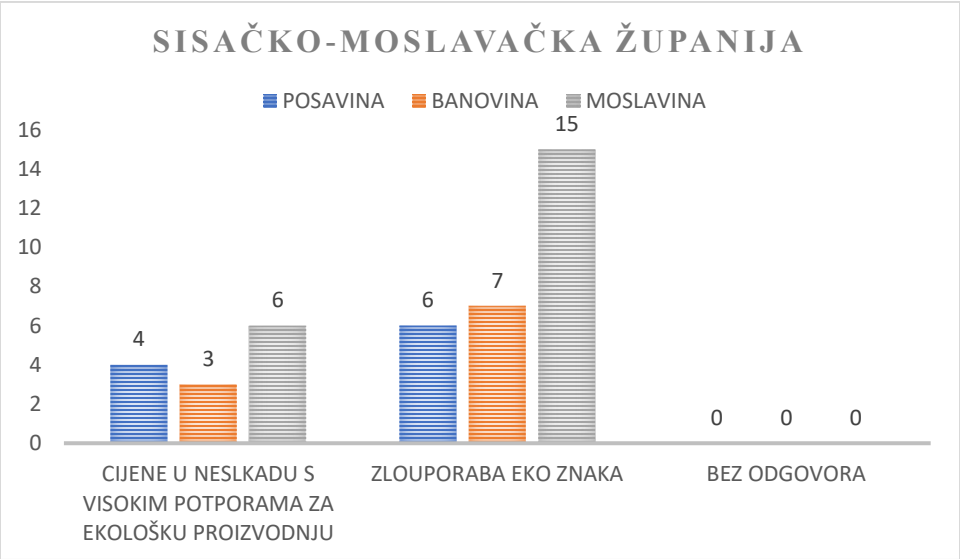
JE LI OPRAVDANA VIŠA CIJENA EKOLOŠKIH PROIZVODA	PONUĐENI ODGOVORI	ANALIZA REZULTAT	POSTOTAK % N1=60	POSTOTAK % N1=60
POSAVINA	DA	50	83,33	27,77
	NE	10	16,67	5,56
	UKUPNO	60	100	33,33
BANOVINA	DA	50	83,33	27,77
	NE	10	16,67	5,56
	UKUPNO	60	100	33,33
MOSLAVINA	DA	39	65,00	21,67
	NE	21	35,00	11,67
	UKUPNO	60	100	33,33

Izvor: Anketno istraživanje



Grafikon 12: Opravdanje za višu cijenu ekoloških proizvoda (N=180)

Izvor: Anketno istraživanje



Grafikon 13: Ne opravdanje za višu cijenu ekoloških proizvoda (N=180)

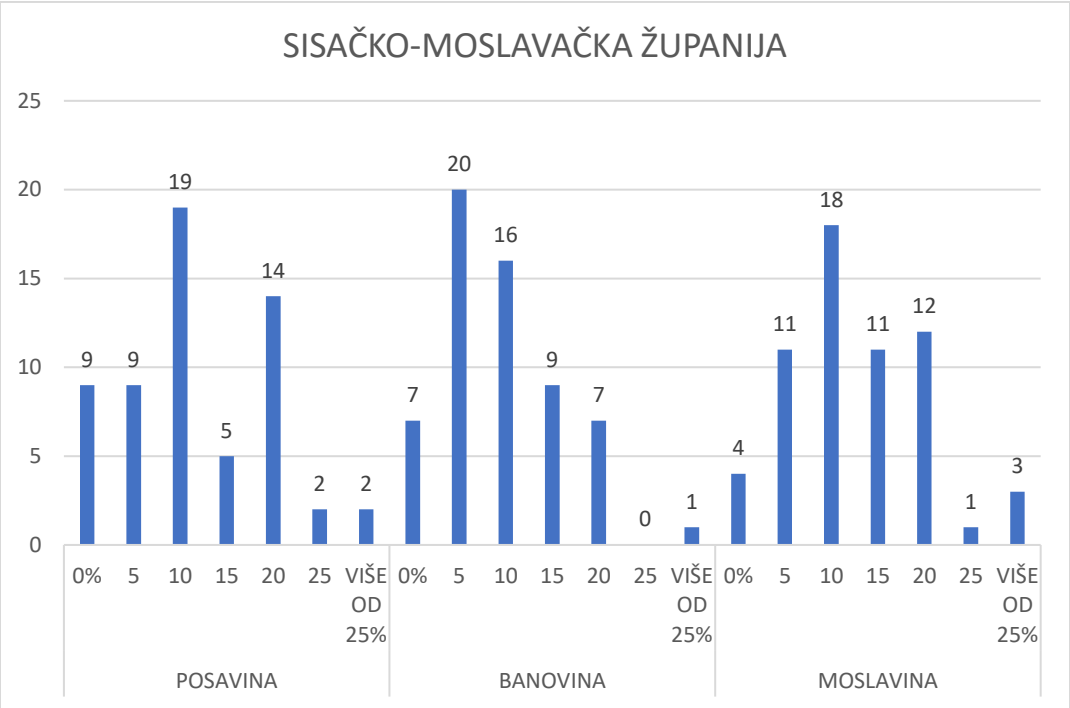
Izvor: Anketno istraživanje

Na pitanje "Koliko ste spremni više platiti za poljoprivredne proizvode koje ima oznaku ekološkog proizvoda?" prema tablici 16 odgovori ispitanica poprilično su neujednačeni. Primjećuje se kako su najviše spremne platiti za ekološki proizvod ispitanice Moslavine i Posavine, dok su one s područja Banovine cjenovno osjetljivije. Ispitanice Moslavine su u prosjeku spremne platiti 10,3% , Posavine 9,6%, a Banovine 7,2% više za ekološki poljoprivredni proizvod. Može se pretpostaviti kako su ti odgovori vezani uz trenutačnu gospodarsku krizu, jer na postavljano pitanje "Da Vam je standard viši, biste li više kupovali ekološke poljoprivredne proizvode?" ispitanice svih regija su u vrlo visokom broju odgovarale da jesu: Posavina 52 ili 86,66%, Banovina 56 ili 93,33% i Moslavina 55 ili 91,66% (grafikon 15).

Tablica 16: Cjenovna spremnost ispitanica

KOLIKO STE SPREMNI VIŠE PLATITI ZA POLJOPRIVREDNE PROIZVODE KOJE IMA OZNAKU EKOLOŠKOG PROIZVODA?	PONUĐENI ODGOVORI	ANALIZA REZULTAT	POSTOTAK % N1=60
POSAVINA	0%	9	15,00
	5%	9	15,00
	10%	19	31,67
	15%	5	8,33
	20%	14	23,33
	25%	2	3,33
	VIŠE OD 25%	2	3,33
	UKUPNO	60	100
BANOVINA	0%	7	11,67
	5%	20	33,33
	10%	16	26,67
	15%	9	15,00
	20%	7	11,67
	25%	0	0,00
	VIŠE OD 25%	1	1,67
	UKUPNO	60	100
MOSLAVINA	0%	4	6,67
	5%	11	18,33
	10%	18	30,00
	15%	11	18,33
	20%	12	20,00
	25%	1	1,67
	VIŠE OD 25%	3	5,00
	UKUPNO	60	100

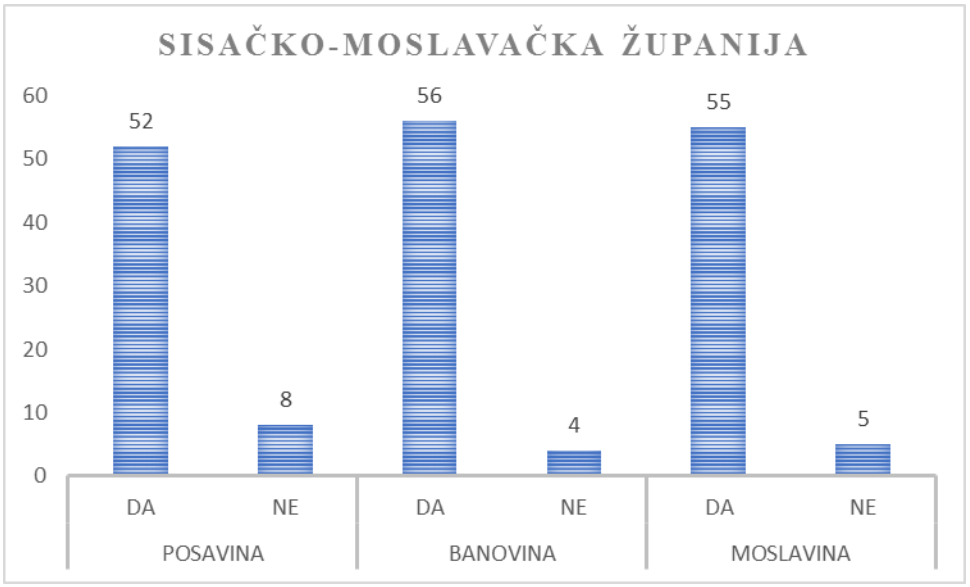
Izvor: Anketno istraživanje



Grafikon 14: Cjenovna spremnost ispitanica (N=180)

Izvor: Tablica 16

.

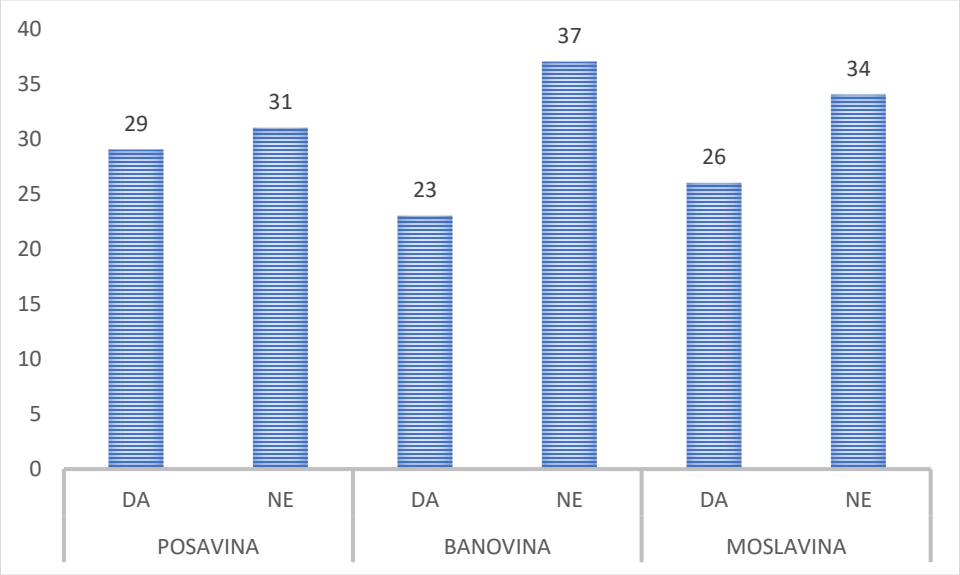


Grafikon 15: Cjenovna spremnost uslijed višeg standard (N=180)

Izvor: Anketno istraživanje

Ispitanice svih regija (više od 50%) se izjasnilo kako nisu spremne platiti više za ekološki poljoprivredni proizvod podrijetlom iz Sisačko-moslavačke županije. Sukladno grafikonu 16 za ekološki poljoprivredni proizvod podrijetlom iz Sisačko-moslavačke županije, najviše su se

negativno izjasnile ispitanice Banovine i to čak dvije trećine (61,66%), zatim Moslavine i Posavine nešto više od polovice. Obećavajući je podatak kako je 43,33% svih ispitanica (N=180) SMŽ ipak spremno platiti više za ekološki proizvod podrijetlom iz SMŽ. U prethodnim rezultatima ovog istraživanja je dokazano kako ispitanice preferiraju hrvatske odnosno lokalne eko proizvođače. Međutim, kako je u ovom pitanju utvrđeno one ipak nisu za njega spremne izdvojiti više novca. Pretpostavlja se da je gospodarska kriza glavni čimbenik takvog stava, jer su odgovori najpozitivniji što se tiče kupnje eko proizvoda uslijed višeg standarda (grafikon 16).



Grafikon 16: Cjenovna spremnost za ekološki poljoprivredni proizvod podrijetlom iz Sisačko-moslavačke županije (N=180)

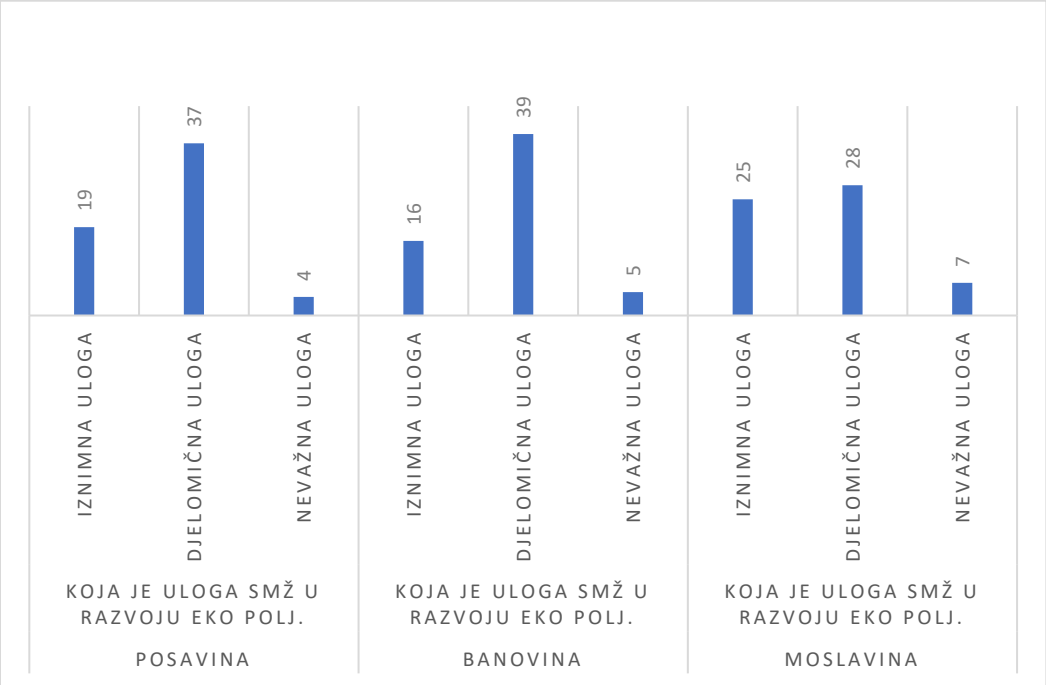
Izvor: Anketno istraživanje

4.5. Uloga lokalne i područne (regionalne) samouprave u razvoju ekoloških poljoprivrednih proizvoda

Ovim istraživanjem trebalo se saznati koja je uloga SMŽ u razvoju ekološke poljoprivredne proizvodnje u istraživanoj županiji, Nadalje, ispitanice su se trebale izjasniti koju instituciju smatraju najvažnijom za razvoj ekološke poljoprivredne proizvodnje u županiji te napisati mišljenje/prijedlog o budućnosti razvoja ekološke poljoprivrede u županiji.

Ispitanice svih regija smatraju kako je Sisačko-moslavačka županija najvažnija institucija za daljnji razvoj ekološke poljoprivredne proizvodnje na regionalnoj razini. Anketne razlike između njih su male. Ako uzmemo u obzir ispitanice koje su se izjasnile kako SMŽ ima iznimnu i djelomičnu ulogu primjećuje se kako one iz Posavine (93,33%) i Banovine (91,66%) imaju

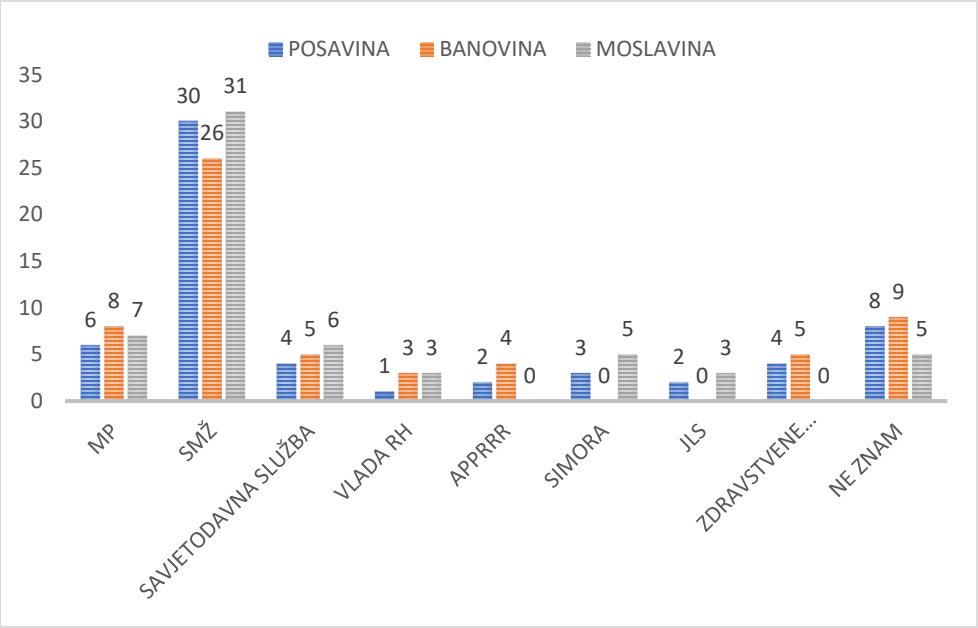
pozitivnije stavove, naspram SMŽ kao najvažnijoj instituciji, a Moslavine (88,33%) neznatno negativniju. Samo 8,8% svih ispitanica (N=180) smatra kako SMŽ ima nevažnu ulogu u razvoju ekološke poljoprivrede (grafikon 17).



Grafikon 17: Uloga SMŽ u razvoju ekološke poljoprivrede N=180)
Izvor: Anketno istraživanje

Kao što je već rečeno, najvažnija institucija za razvoj ekološke poljoprivredne proizvodnje u županiji je SMŽ (grafikon 18) zatim slijedi Ministarstvo poljoprivrede, a na trećem mjestu po važnosti je Savjetodavna služba. Iz rezultata je vidljivo kako nema znatnih odstupanja između regija. Manje važne institucije su: Vlada RH, Agencija za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju (APPRRR), Razvojna agencija sisačko-moslavačke županije (SIMORA), JLS, zdravstvene institucije, a 12,22% (N=180) se izjasnilo da ne zna. Iz anketnih rezultata može se zaključiti kako ispitanice smatraju da Sisačko-moslavačka županija treba biti pokretač razvoja ekološke poljoprivrede na svom području. Zbog toga bi SMŽ uz već postojeće poticajne mjere sufinanciranja ekološke poljoprivrede, trebala uložiti dodatni trud kako bi se uklonile slabosti razvoja ekološke poljoprivrede. Kao i u drugim gospodarskim područjima najveća slabost je često mijenjanje zakonskih okvira koji su često nerazumni i neprihvatljivi što se tiče ekološke proizvodnje ili prerade. Nadalje nepostojanje kao i prebrzo mijenjanje razvojnih planova i strategija imaju za posljedicu slab i neefikasan razvoj ekološke poljoprivrede. Kao slabost može se zasigurno

navrsti loša i neefikasna institucionalna suradnja. Kada bi se gore navedene slabosti uklonile, kada bi se rjeđe mijenjali zakoni, kada bi oni bili razumniji, lakše provedivi, strategije se dugoročno donijele, a institucionalna suradnja bila učinkovita tada bi zasigurno i ekološka poljoprivreda imala bolju budućnost.

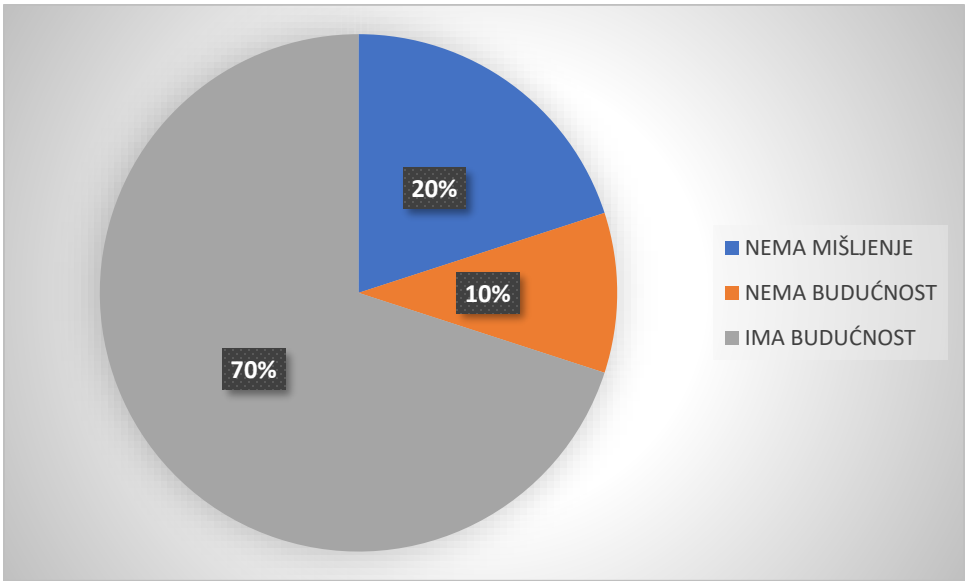


Grafikon 18: Najvažnija institucija za razvoj ekološke poljoprivredne proizvodnje u Sisačko-moslavačkoj županiji (N=180)

Izvor: Anketno istraživanje

Na važnost i značaj ekološke poljoprivredne proizvodnja za potrošače SMŽ ukazuje podatak kako samo 20% svih ispitanica nema mišljenje/prijedlog o budućnosti razvoja ekološke poljoprivrede u Sisačko-moslavačkoj županiji. Da ekološka poljoprivreda nema budućnost u SMŽ smatra 10% ispitanica. Kako navode tri ispitanice ili 5% iz Moslavine razlog za takvo mišljenje je onečišćenost prostora SMŽ tj. postojanje dvije tvornice koja su dva velika zagađivača u dva najveća grada SMŽ. Pretpostavlja se da su pri tome mislile na INA Petrokemiju u Kutini i INA Rafinerija nafte u Sisku. Više ispitanica SMŽ (Posavina 5 ispitanica ili 8,33%, Banovina 8 ispitanica ili 13,33% i Moslavina 2 ispitanice ili 3,33%) misle kao ekološka poljoprivreda u SMŽ nema budućnost iz ekonomskih i socijalno-demografskih razloga, odnosno male kupovne moći i raseljavanja stanovništva upravo s područja koja su idealna za razvoj ekološke poljoprivrede u SMŽ. S druge strane, najveći broj svih ispitanica 70% (N=180) misle kako ekološka poljoprivredna proizvodnja ima budućnost u SMŽ, odnosno može se zaključiti kako smatraju da ekološka

poljoprivreda mora biti od strateškog značaja za razvitak Sisačko-moslavačke županije. Ispitanice misle da ekološka poljoprivreda može biti značajna za demografsku obnovu, jer kako navode za ekološku proizvodnju je potrebno više radnika što garantira veću zaposlenost odnosno zainteresiranost ljudi za ostanak ili doseljavanje. Nadalje, ekološka poljoprivreda ima veći ekonomski prosperitet, jer veće cijene ekoloških proizvoda znače bolju zaradu, a time i financijsku sigurnost. Na kraju zaključuju kako SMŽ ima sve prirodne resurse kao i očuvan okoliš od onečišćenja što paralelno uz razvoj ekološke poljoprivrede može značiti i razvoj eko turizma (grafikon 19).



Grafikon 19: Mišljenje/prijedlog o budućnosti razvoja ekološke poljoprivrede u Sisačko-moslavačkoj županiji (N=180)
Izvor: Anketno istraživanje

4.5. Terensko istraživanje asortimana ekoloških poljoprivrednih proizvoda trgovačkih kuća

Terenskim istraživanjem ponude ekoloških poljoprivrednih proizvoda u Sisku obuhvaćene su trgovačke kuće: Lidl, Kaufland, Konzum (mali), Plodine, Lonija, KTC i Interspar. U ponudi ekoloških poljoprivrednih proizvoda se izdvaja svježe voće i povrće (prilog 6) slike 5 do 10 pakirano po 500 g, koje je u prosjeku 30%, a u nekim slučajevima akcijskih cijena (slika 4) svježeg povrća proizvedenog na konvencionalni način i do 70% skuplje. Primijećeno je kako u trgovačkim kućama u SMŽ, usprkos rastućem europskom trendu potrošnje eko proizvoda, nema velike ponude ekoloških poljoprivrednih proizvoda. U trgovačkim kućama: Plodine, Lonija, Konzum (mali) i KTC koje posluju u Sisku za vrijeme terenskog istraživanja u listopadu nije pronađen niti jedan ekološki proizvod na polici. Također je primijećeno kako ni preostale trgovačke kuće Lidl,

Kaufland i Interspar u zadnje vrijeme nemaju bogatu ponudu ekoloških proizvoda. Puno bolju ponudu imali su prije nekoliko godina. Tada su ekološki proizvodi bili smješteni na posebnim policama i znatno vidljivijim mjestima. Danas su smješteni na policama iste ili slične konvencionalne kategorije proizvoda samo je na cijeni istaknuta oznaka BIO. Čini se kako je početni entuzijazam od prije nekoliko godina nestao. Pri toj konstataciji se ne misli kako potrošači s područja SMŽ nisu svjesni korisnosti konzumacije eko proizvoda i utjecaja koje oni imaju na zdravlje već da je glavni razlog gospodarska kriza, odnosno mala kupovna mogućnost. Drugi, mogući razlog, kako je anketnom analizom dokazano što kupci s područja SMŽ najviše kupuju na OPG-ima ili tržnicama, a treći je taj što preferiraju hrvatske ekološke proizvođače, a pogledom na deklaraciju ekoloških proizvoda na policama sisačkih trgovina saznajemo kako su oni većinom podrijetlom iz Italije, Austrije i Njemačke.



Slika 4: Cjenovne razlike ekološka i konvencionalna mrkva
(Izvor: Likarević, 2017.)

5. ZAKLJUČAK

Ovaj rad istražuje razlike u stavovima kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda na području Sisačko-moslavačke županije s obzirom na regionalnu pripadnost kupaca pojedinoj regiji: Banovina, Moslavina, Posavina. Cilj rada je uočiti postojeće regionalne razlike na području Sisačko-moslavačke županije između kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda te predložiti mjere koje bi utjecale na smanjenje tih razlika.

Rezultat prikazan u radu, ne potvrđuje hipotezu H_1– kupci na području Sisačko-moslavačke županije nisu dovoljno upoznati s ekološkom oznakom. Istraživanjem se došlo do saznanja kako većina ispitanica svih regija poznaju znak ekoloških proizvoda EU i RH. Kod ovog istraživanja treba uzeti u obzir istraživanje pomoću društvene mreže Facebook kao ograničavajućeg čimbenika. Naime, anketni upitnik je ispitanicama proslijeđen Facebookom tj. nije bilo direktnog kontakta te se pretpostavlja da su prilikom odgovaranja na ovo pitanje potražile „pomoć“, odnosno istraživale izgled eko oznake na interentu, što su neke i priznale. Ispitanice Banovine i Moslavine pokazuju najbolje poznavanje znaka ekološkog proizvoda tj, upravo onaj uzorak kod kojeg se u najvećem broju istraživanje provodilo putem Facebooka.

Razmatranjem socio-demografskih obilježja ispitanica i njihovog utjecaja na povjerenje kupaca u ekološki proizvod tj. oznaku eko proizvoda je utvrđeno kako oni nemaju utjecaj na kupaca u namjeri kupnje ekološkog proizvoda. Ovim rezultatom potvrđeno je vlastito predviđanje kako zbog lošije gospodarske situacije socio-demografskih obilježja nemaju utjecaj na kupaca u namjeri kupnje ekološkog proizvoda. Rezultat ankete o sklonosti kupnje ekoloških proizvoda ukazuju, kada se uzme u obzir kategorija često i ponekad, identičan rezultat 83,33% u sve tri regije. Na osnovu rezultata, prihvaća se hipoteze H_2 – socio-demografska obilježja ispitanika ne utječu na povjerenje kupaca u ekološku oznaku i H_3 – znanje ne utječe na povjerenje kupaca u ekološku oznaku.

Anketnim istraživanjem utvrđeno je kako sve ispitanice smatraju kako prisutnost ekološke oznake na proizvodima općenito povećava kupovnu spremnost potrošača. Stavovi/pitanja o kupovnoj spremnosti potrošača mjerena su Likertovom ljestvicom. Pojedinim stavovima/pitanjima pridruženi su brojevi, odnosno ocjene od 1 do 5. Prosječne cijene po stavu/pitanju o kupovnoj spremnosti potrošača su prilično visoke, a kreću se od 3,7 do 4,6. Najveću prosječnu ocjenu u svezi kupovne spremnosti potrošača ima stav/pitanje datum proizvodnje i rok upotrebe (4,6) zatim odsutnost od štetnih tvari (4,2), prehrambene vrijednosti (4,1), certifikat (3,8) te posljednje

proizvođač (3,7). Na osnovu rezultata prihvaća se H_4– prisutnost ekološke oznake na proizvodima povećava kupovnu spremnost potrošača ekoloških proizvoda.

Zanimljivo je kako su ispitanice spremne platiti višu cijenu za ekološke proizvode, unatoč gospodarskoj krizi, tj. niskim i nesigurnim osobnim dohocima. Iz rezultata istraživanja je vidljivo kako su ispitanice Moslavine u prosjeku spremne platiti 10,3% , Posavine 9,6%, a Banovine 7,2% više za ekološki poljoprivredni proizvod. Na osnovu rezultata prihvaća se hipoteza H_5 - prisutnost ekološke oznake na proizvodima povećava cjenovnu spremnost potrošača ekoloških proizvoda.

Rezultati pokazuju kako postoje razlike u stavovima ispitanica Posavine, Banovine i Moslavine, ali bez značajnijih odstupanja. Najznačajnija odstupanja očituju se u sljedećem:

- ispitanice Posavine i Banovine smatraju u većem postotku 83,33% kako je viša cijena ekoloških proizvoda opravdana dok one iz regije Moslavina u postotku od 65% opravdavaju veću cijenu ekoloških proizvoda,
- ispitanice Banovine su cjenovno najosjetljivije, prosječna ocjena utjecaja cijene na kupnju je najviša 4,3 vjerojatno zbog niskih i nesigurnih osobnih dohodaka, jer kako su anketni rezultat pokazali one bi kod većeg standarda kupovale ekološke proizvode, čak njih 93,33%,
- najviše ekoloških proizvođača poznaju ispitanice Posavine 63,33%, a najmanje Moslavine 56,67%,
- znak ekološkog proizvoda EU najbolje poznaju ispitanice Banovine 58,33%, a najmanje Posavine 41,67%, dok znak ekološkog proizvoda RH najbolje poznaju ispitanice Moslavine 83,33%, a najmanje Posavine 60%,
- ispitanice Moslavine za razliku od ispitanica Posavine i Banovine, nešto su sklonije kupnji ekoloških proizvoda ponekad ih kupuje 81,67%, često 8,33%, a nikad 6%,
- ispitanice Moslavine najčešće ekološki proizvod kupuju na OPG 53,33% i koriste ga kod kuće kod pripreme drugih jela 65%, dok ispitanice Posavine 51,67% i Banovine 41,67% ekološki proizvod kupuju na tržnici i koriste ga kod kuće kao samostalni obrok (48,33%) , odnosno ispitanice Banovine kod pripreme drugih jela (58,33%),
- na podrijetlo eko proizvoda najosjetljivije su ispitanice Moslavine 70%, a najmanje ispitanice Banovine 46,67%.

Na osnovu svega gore navedenog može se djelomično prihvatiti hipoteza H_6 - pokazati će se regionalne razlike između kupaca ekoloških proizvoda Sisačko-moslavačke županije s obzirom da je dio odgovora ujednačen, odnosno nema značajnih odstupanja.

Mjere za smanjenje regionalnih razlika mogu biti edukacija kako bi se potrošači upoznali sa svim prednostima ekološke poljoprivredne proizvodnje te promidžba i marketing ekoloških poljoprivrednih proizvoda. Edukacija potrošača, ali i proizvođača od izuzetne je važnosti. Usvajanjem novih znanja o značaju ekološke poljoprivredne proizvodnje kod potrošača moglo bi znatno utjecati na njihovu svijest o potrebi i korisnosti upotrebe ekoloških poljoprivrednih proizvoda. Kod proizvođača je neophodna izobrazba jer je ekološka poljoprivreda relativno nova znanost koja zahtjeva jako puno znanja. Mjere edukacije prvenstveno bi trebale obavljati obrazovne institucije u suradnji s udrugama ekoloških proizvođača. Anketni rezultat pokazuju kako najveći broj ispitanica poznaje ekološko poljoprivredno gospodarstvo Ivan Veselić koje godinama ulaže u ekološku poljoprivrednu proizvodnju, a može biti i pozitivan primjer dobro osmišljene dugoročne promidžbe. OPG Ivan Veselić više od desetljeća ulaže značajna financijska sredstva u razvoj svog OPG ponajprije u stručna znanja o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji, tehnološkim uvjetima prerade te u promidžbu i marketing svojih eko proizvoda. Osobni uspjeh tog gospodarstva ogleda se i u neprekidnom trudu i neodustajanju bez obzira na bezbroj prepreka koje su stajale ispred ekološke poljoprivredne proizvodnje i prerade. Temeljem anketnih rezultata je vidljivo kako su ispitanice ekološki osviještene te su vrlo osjetljive po pitanju kvalitete, okusa, odsutnosti štetnih tvari i zdravstvenog učinka ekoloških proizvoda te zaštite od onečišćenja okoliša. Marketinški stručnjaci bi upravo to mogli navesti kao glavne razloge za više cijene ekološkog poljoprivrednog proizvoda i tako privući cjenovno osjetljivije kupce tj. utjecati na svijest potrošača.

6. LITERATURA

1. Agroekološka studija, Program razvitka poljoprivrede na području Sisačko-moslavačke županije (2000): Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zageb
2. Braičić, Z., Lončar, J. (2011): Unutar regionalni dispariteti u Sisačko-moslavačkoj županiji, Geoadria, Hrvatsko geografsko društvo – Zadar, Odjel za geografiju, Sveučilište u Zadru, Zadar
3. Brčić-Stipčević V., Petljak K., Guszak I. (2013): Organic Food Consumers Purchase Patterns – Insights from Croatian Market, Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol 16, No.1, str. 93-118, MCSER Publishing, Rome
4. Ham, M. (2009): Segmentacija potrošača prema razini ekološke odgovornosti, Market-Tržište, Vol.21, No.2, str. 183-202, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb
5. Horvatović, J. (2016): Mladi potrošači ne prepoznaju certifikate ekoloških proizvoda i usluga, Progressive magazine, specijalni prilog lipanj 2016. – Zdrava hrana, str. 6-11
6. Kisić, I. (2014): *Uvod u ekološku poljoprivredu*, Grafičkog zavoda Hrvatske, Zagreb
7. Leko-Šimić, M: (2002): *Marketing hrane*, Grafika d.o.o. Osijek, Osijek
8. Likarević, T. (2017): Izvješće sa specijalističke stručne prakse, Ekološki uzgoj stoke na OPG-u Rodoljub Džakula, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, Križevci
9. Simini, M., Janjušić, D., Blažević, Z (2013): Ekološko obilježavanje kao kriterij za registraciji i zaštitu robne marke, Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol 4., No.2, str. 76-79, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica
10. Tomić, M., Mesić, Ž., Cerjak, M. (2015): Čimbenici kupnje ekološkog kruha i pekarskih proizvoda, Agroeconomia Croatica, Vol 5., No.1, str. 11-20, Hrvatsko agroekonomsko društvo, Zagreb
11. Znaor, D. (1996): *Ekološka poljoprivreda*, Nakladni zavod Globus, Zagreb

Internet izvori:

1. Agencija za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju, Izvještaj bro1 1: Tražene kulture na jedinstvenom zahtjevu iz 2017., http://www.apprrr.hr/statistika-2015-1743.aspx, Pristupljeno 2. listopada 2017.
2. Istraživanje Kaspersky Laba, Žene su aktivnije i više kupuju preko Internet, https://www.klix.ba/magazin/zanimljivosti/zene-su-aktivnije-i-vise-kupuju-preko-interneta/130105071, Pristupljeno 16. listopada 2017.
3. Je li eko/bio/organska hrana bolja za zdravlje?, http://dokaziumedicini.hr/eko-bio-organska-hrana-zdravlje/, Pristupljeno 18. prosinca 2017.
4. Kako prepoznati ekološki proizvod? https://www.agroklub.com/eko-proizvodnja/kako-prepoznati-ekoloski-proizvod/16231/, Pristupljeno 18. listopada 2017.
5. Krstev Barać S., Je li organska hrana zdravija?, https://www.zdravobudi.hr/clanak/461/je-li-organska-hrana-zdravija, Pristupljeno 19. prosinca 2017.
6. Ministarstvo poljoprivrede, Ekološka, http://www.mps.hr/hr/poljoprivreda-i-ruralni-razvoj/poljoprivreda/ekoloska, Pristupljeno 19. listopada 2017.
7. Sisačko-moslavačka županija (2017): Razvojna strategija Sisačko-moslavačke županije 2017.-2020., Dodatak 2: analiza stanja http://simora.hr/userfiles/file/Razv_strategije/ZRS/Analiza%20stanja 13.4.2016.pdf, Pristupljeno 20. listopada 2017.
8. Tržište ekološke hrane raste: Najviše troše Švicarci - 262 eura po stanovniku, http://www.agrobiz.hr/agrovijesti/trziste-ekoloske-hrane-raste-najvise-trose-svicarci-262-eura-po-stanovniku-4933, Pristupljeno 18. listopada 2017.
9. Turski, J., Dzelzkalrja, M., Georgijevski, D. (2007): Poljoprivredna razvojna strategija Sisačko-moslavačke županije, http://www.smz.hr/images/stories/poljoprivreda/poljopr-raz-strat.pdf, Pristupljeno 5. listopada 2017.
10. Žene kontroliraju više novca nego ikad, https://www.hercegovina.info/vijesti/zanimljivo/zena/zene-kontroliraju-vise-novca-nego-ikada, Pristupljeno 19. listopada 2017.

Zakonodavstvo:

1. Odluka o utvrđivanju lista za isplatu potpora u poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za 2016. godinu (”Službeni glasnik Sisačko-moslavačke županije”, broj 32/16)
2. Odluke o potporama poljoprivredi i ruralnom razvoju na području Sisačko-moslavačke županije za razdoblje od 2013. - 2020. godine (”Službeni glasnik Sisačko-moslavačke županije”, broj 23/16)
3. Pravilnik o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji (“Narodne Novine”, broj 19/2016)
4. Uredba komisije 889/2088 o detaljnim pravilima za provedbu Uredbe Vijeća (EZ) br. 834/2007 o ekološkoj proizvodnji i označavanju ekoloških proizvoda s obzirom na ekološku proizvodnju, označavanje i kontrolu (Službeni list Europske unije, 05.09.2008)
5. Uredba vijeća (EZ) br. 834/2007 o ekološkoj proizvodnji i označavanju ekoloških proizvoda i stavljanje izvan snage Urede (EEZ) br. 2092/91 (Službeni list Europske unije, 28.06.2008)
6. Zakon o hrani (“Narodne novine“, broj 81/13, 14/14, 39/15broj)
7. Zakon o poljoprivredi (“Narodne Novine”, broj 30/2015)

7. PRILOZI

Prilog 1:

Anketni upitnik - Regionalne razlike u stavovima kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda na području Sisačko-moslavačke županije

Prilog 2:

Tablica 17: Socio-demografska obilježja ispitanica

Prilog 3:

Tablica 18: Utjecaj deklaracije prilikom kupnje ekološkog proizvoda, ocijene/upiti (N1=60,/%)

Prilog 4:

Tablica 19: Utjecaj motiva na odluku o kupnji eko proizvoda (N1=60,/%)

Prilog 5:

Tablica 20: Utjecaj obilježja na odluku o kupnji eko proizvoda, ocijene/upiti (N1=60. broj/%)

Prilog 6:

Terensko istraživanje asortimana ekoloških poljoprivrednih proizvoda trgovačkih kuća u Sisku (fotografije)

Prilog 1: Anketni upitnik

ANKETI UPITNIK

REGIONALNE RAZLIKE U STAVOVIMA KUPACA EKOLOŠKIH POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA NA PODRUČJU SISAČKO-MOSLAVAČKE ŽUPANIJE

1. Mjesto stanovanja, grad/općina _____

2. Označite vašu dob prema predloženim razredima:
   a. 25-30
   b. 35-50
   c. 50-65

3. Koji je stupanj vašeg obrazovanja?
   a. bez završene škole
   b. završeno nekoliko razreda osnovne škole
   c. završena osnovna škola
   d. srednja stručna sprema
   e. viša stručna sprema
   f. visoka školska sprema
   g. magistar znanosti, doktor znanosti

4. Koliki je broj članova vašeg kućanstva?
   a. 1
   b. 2
   c. 3
   d. 4-5
   e. 6 i više

5. Koliki je ukupan zbroj primanja svih ukućana?
   a. do 2 000 kn
   b. od 2 000 do 5 000 kn
   c. od 5 000 do 10 000 kn
   d. od 10 000 do 20 000 kn
   e. više od 20 000 kn

6. Jeste li čuli za nekog ekološkog poljoprivrednog proizvođača iz Sisačko-moslavačke županije?
   a. Da _____ (navedite kojeg)
   b. Ne

7. Smatrate li da su stanovnici Sisačko-moslavačke županije dovoljno osviješteni o značaju i ulozi ekološke poljoprivredne proizvodnje i ekoloških prehrambenih proizvoda na zdravlje ljudi?
   a. U potpunosti su osviješteni
   b. Djelomično su osviješteni
   c. Nisu osviješteni

8. Kako izgleda oznaka za ekološki proizvod iz EU?
   a. Zeleni obris Zemaljske kugle sa listom na vrhu i natpisom „Eco Friendly“
   b. Obris zelenog drveta sa zvjezdicama i natpisom „EU Ecolabel“
   c. Kvadrat koji ima svjetlo zelenu podlogu i zvjezdice u obliku lista bijele boje

9. Kako izgleda ekološka oznaka Republike Hrvatske?
   a. Zeleni obris Zemaljske kugle sa listom na vrhu i natpisom „Eko proizvod iz Hrvatske“
   b. Zeleni krug sa natpisom „Hrvatski eko proizvod“
   c. Zeleni šesterokut sa natpisom „BIO“

10. Koliko često kupujete ekološke poljoprivredne proizvode?
   a. Često
   b. Ponekad
   c. Nikad

11. U kojoj situaciji najčešće koristite ekološke poljoprivredne proizvode?
   a. Kod kuće – kao samostalan obrok
   b. Kod kuće- kao priprema drugih jela
   c. U restoranu
   d. Na izletu, putovanju
   e. Na radnom mjestu
   f. Negdje drugdje _____ (molim upišite)

12. Da li prilikom kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda obraćate pozornost na proizvođača, odnosno podrijeklo?
   a. Da (Ocijenite prema osobnim preferencijama 1=uopće ne, 5= maksimalno)
      - Proizvođači iz Sisačko-moslavačke županije 1 2 3 4 5
      - Proizvođači iz Republike Hrvatske 1 2 3 4 5
      - Proizvođači iz Europske unije 1 2 3 4 5
   b. Ne

13. Gdje najčešće kupujete ekološke poljoprivredne proizvode?
   a. Trgovački lanci
   b. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva
   c. Tržnice
   d. Specijalizirane trgovine
   e. Sajmovi
   f. Internet prodaja
   g. Negdje drugdje _____ (molim upišite)

14. Koji su motivi kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda, rangirati od 1 do 5 (pri čemu je 1= uopće mi nije važno, 5= izuzetno mi je važno)?
   a. Zdravstveni učinak 1 2 3 4 5
   b. Briga za okoliš 1 2 3 4 5
   c. Okus 1 2 3 4 5
   d. Kvaliteta 1 2 3 4 5
   e. Navika 1 2 3 4 5
   f. Nešto drugo _____ (molim upišite) 1 2 3 4 5

15. Što vam je važno kod kupnje ekoloških poljoprivrednih proizvoda, rangirati od 1 do 5 (pri čemu je 1= uopće mi nije važno, 5= izuzetno mi je važno)?
    a. Okus 1 2 3 4 5
    b. Izgled 1 2 3 4 5
    c. Pakiranje 1 2 3 4 5
    d. Cijena 1 2 3 4 5
    e. Dostupnost 1 2 3 4 5
    f. Kvaliteta 1 2 3 4 5
    g. Nešto drugo _____ (molim upišite) 1 2 3 4 5

16. Da li su po Vašem mišljenju opravdane više cijene ekoloških poljoprivrednih proizvoda naspram konvencionalnih?
    a. Da _____ (napišite zašto)
    b. Ne _____ (napišite zašto)

17. Koliko ste spremni više platiti za poljoprivredne proizvode koje ima oznaku ekološkog proizvoda?
    a. 0 %
    b. 5 %
    c. 10 %
    d. 15 %
    e. 20 %
    f. 25 %
    g. više od 25

18. Jeste li još više spremni platiti za ekološki poljoprivredni proizvod podrijetlom iz Sisačko-moslavačke županije?
    a. Da
    b. Ne

19. Da Vam je standard viši, biste li više kupovali ekološke poljoprivredne proizvode?
    a. Da
    b. Ne

20. U kojoj mjeri na Vašu odluku utječe deklaracija na proizvodu prilikom kupnje ekološkog poljoprivrednog proizvoda, ocijenite od 1 do 5
    (pri čemu je 1= potpuno nebitno, 5= jako bitno)?
    a. Odsutnost štetnih tvari 1 2 3 4 5
    b. Certifikat ekološkog proizvoda (eko markica) 1 2 3 4 5
    c. Proizvođač 1 2 3 4 5
    d. Prehrambene vrijednosti (vitamini, minerali, energetska vrijednost) 1 2 3 4 5
    e. Datum proizvodnje i rok upotrebe 1 2 3 4 5
    f. Nešto drugo _____ (molim upišite) 1 2 3 4 5

21. Koja je uloga Sisačko-moslavačke županije u razvoju ekoloških poljoprivrednih proizvoda?
    a. Iznimna uloga

b. Djelomična uloga
c. Nevažna uloga

22. Koju instituciju smatrate kao najvažnijom za razvoj ekološke poljoprivredne proizvodnje u Sisačko-moslavačkoj županiji?

_____
_____

23. Molim Vas napišite svoje iskreno mišljenje/prijedlog o budućnosti razvoja ekološke poljoprivrede u Sisačko-moslavačkoj županiji.

_____
_____

HVALA VAM NA ULOŽENOM TRUDU I VREMENU!

Prilog 2:

Tablica 17: Socio-demografska obilježja ispitanica

REGIJA	ANKETNO PITANJE	PONUĐENI ODGOVOR	ODGOVORI N1	POSTOTAK % N1=60	POSTOTAK % N=180
POSAVINA	DOBNE SKUPINE	25-35	16	26,67	8,89
		35-50	24	40,00	13,33
		50-65	20	33,33	11,11
	SUMA		60	100	33,33
	OBRAZOVANJE	BEZ ZAVRŠENE ŠKOLE	0	0,00	0,00
		ZAVRŠNO NEKOLIKO RAZREDA OŠ	0	0,00	0,00
		ZAVRŠENA OŠ	2	3,33	1,11
		SSS	33	55,00	18,33
		VSS	13	21,67	7,22
		VŠS	10	16,67	5,56
		MAGISTAR ZNANOSTI DOKTOR ZNANOSTI	2	3,33	1,11
	SUMA		60	100	33,33
	BROJ ČLANOVA KUĆANSTVA	1	4	6,67	2,22
		2	15	25,00	8,33
		3	15	25,00	8,33
		4-5	24	40,00	13,33
		6 I VIŠE	2	3,33	1,11
	SUMA		60	100	33,33
	UKUPNA PRIMANJA UKUĆANA	DO 2.000	1	1,67	0,56
		2.000-5.000	9	15,00	5,00
		5.000-10.000	27	45,00	15,00
		10.000-20.000	22	36,67	12,22
		VIŠE OD 20.000	1	1,67	0,56
	SUMA		60	100	33,33
BANOVINA	DOBNE SKUPINE	25-35	15	25,00	8,33
		35-50	17	28,33	9,44
		50-65	28	46,67	15,56
	SUMA		60	100	33,33
	OBRAZOVANJE	BEZ ZAVRŠENE ŠKOLE	0	0,00	0,00
		ZAVRŠNO NEKOLIKO RAZREDA OŠ	2	3,33	1,11
		ZAVRŠENA OŠ	9	15,00	5,00

		SSS	25	41,67	13,89
		VSS	10	16,67	5,56
		VŠS	14	23,33	7,78
		MAGISTAR ZNANOSTI DOKTOR ZNANOSTI	0	0,00	0,00
	SUMA		60	100	33,33
	BROJ ČLANOVA KUĆANSTVA	1	4	6,67	2,22
		2	15	25,00	8,33
		3	11	18,33	6,11
		4-5	23	38,33	12,78
		6 I VIŠE	7	11,67	3,89
	SUMA		60	100	33,33
	UKUPNA PRIMANJA UKUĆANA	DO 2.000	4	6,67	2,22
		2.000-5.000	9	15,00	5,00
		5.000-10.000	33	55,00	18,33
		10.000-20.000	14	23,33	7,78
		VIŠE OD 20.000	0	0,00	0,00
	SUMA		60	100	33,33
MOSLAVINA	DOBNE SKUPINE	25-35	15	25,00	8,33
		35-50	29	48,33	16,11
		50-65	16	26,67	8,89
	SUMA		60	100	33,33
	OBRAZOVANJE	BEZ ZAVRŠENE ŠKOLE	2	3,33	1,11
		ZAVRŠNO NEKOLIKO RAZREDA OŠ	1	1,67	0,56
		ZAVRŠENA OŠ	2	3,33	1,11
		SSS	26	43,33	14,44
		VSS	11	18,33	6,11
		VŠS	17	28,33	9,44
		MAGISTAR ZNANOSTI DOKTOR ZNANOSTI	1	1,67	0,56
	SUMA		60	100	33,33
	BROJ ČLANOVA KUĆANSTVA	1	2	3,33	1,11
		2	12	20,00	6,67
		3	16	26,67	8,89
		4-5	29	48,33	16,11
		6 I VIŠE	1	1,67	0,56
	SUMA		60	100	33,33
	UKUPNA PRIMANJA UKUĆANA	DO 2.000	2	3,33	1,11
		2.000-5.000	8	13,33	4,44

		5.000-10.000	27	45,00	15,00
		10.000-20.000	22	36,67	12,22
		VIŠE OD 20.000	1	1,67	0,56
	SUMA		60	100	33,33

Izvor: Anketno istraživanje

Prilog 3:

Tablica 18: Utjecaj deklaracije prilikom kupnje ekološkog proizvoda, ocijene/upiti (N1=60,/%)

REGIJE	UTJECAJ DEKLAEACIJE PRI ODLUCI O KUPNJI EKO PROIZVODA	OCIJENE					POSTOTAK %				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
POSAVINA	ODSUTNOST OD ŠTETNIH TVARI	4	1	6	10	39	6,67	1,67	10,00	16,67	65,00
	CERTIFIKAT	6	0	16	10	28	10,00	0,00	26,67	16,67	46,67
	PROIZVOĐAČ	4	3	16	9	28	6,67	5,00	26,67	15,00	46,67
	PREHRAMBENE VRIJEDNOSTI	3	0	9	15	33	5,00	0,00	15,00	25,00	55,00
	DATUM PROIZVODNJE ROK UPOTREBE	3	0	2	11	44	5,00	0,00	3,33	18,33	73,33
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
BANOVINA	ODSUTNOST OD ŠTETNIH TVARI	1	0	16	9	34	1,67	0,00	26,67	15,00	56,67
	CERTIFIKAT	1	3	29	14	13	1,67	5,00	48,33	23,33	21,67
	PROIZVOĐAČ	1	2	23	18	16	1,67	3,33	38,33	30,00	26,67
	PREHRAMBENE VRIJEDNOSTI	0	1	17	18	24	0,00	1,67	28,33	30,00	40,00
	DATUM PROIZVODNJE ROK UPOTREBE	0	1	15	7	37	0,00	1,67	25,00	11,67	61,67
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MOSLAVINA	ODSUTNOST OD ŠTETNIH TVARI	3	3	7	12	35	5,00	5,00	11,67	20,00	58,33
	CERTIFIKAT	3	3	13	14	27	5,00	5,00	21,67	23,33	45,00
	PROIZVOĐAČ	6	3	11	17	23	10,00	5,00	18,33	28,33	38,33
	PREHRAMBENE VRIJEDNOSTI	4	1	8	13	34	6,67	1,67	13,33	21,67	56,67
	DATUM PROIZVODNJE ROK UPOTREBE	3	3	4	9	41	5,00	5,00	6,67	15,00	68,33
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: Anketno istraživanje

Prilog 4:
Tablica 19: Utjecaj motiva na odluku o kupnji eko proizvoda (N1=60,/%)

REGIJA	MOTIVI KUPNJE EKO PROIZVODA	OCIJENE					POSTOTAK %				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
POSAVINA	ZDRAV UČINAK	3	0	12	12	33	5,00	0,00	20,00	20,00	55,00
	BRIGA ZA OKOLIŠ	2	2	7	20	29	3,33	3,33	11,67	33,33	48,33
	OKUS	2	1	6	16	35	3,33	1,67	10,00	26,67	58,33
	KVALITETA	2	0	6	12	40	3,33	0,00	10,00	20,00	66,67
	NAVIKA	15	7	24	6	8	25,00	11,67	40,00	10,00	13,33
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
BANOVINA	ZDRAV UČINAK	0	5	5	8	42	0,00	8,33	8,33	13,33	70,00
	BRIGA ZA OKOLIŠ	0	3	14	10	33	0,00	5,00	23,33	16,67	55,00
	OKUS	0	5	9	8	38	0,00	8,33	15,00	0,00	63,33
	KVALITETA	0	4	6	11	39	0,00	6,67	10,00	0,00	65,00
	NAVIKA	25	7	12	6	10	41,67	0,00	20,00	0,00	16,67
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MOSLAVINA	ZDRAV UČINAK	2	2	8	9	39	3,33	3,33	13,33	15,00	65,00
	BRIGA ZA OKOLIŠ	0	3	11	25	21	0,00	5,00	18,33	41,67	35,00
	OKUS	2	2	3	17	36	3,33	3,33	5,00	28,33	60,00
	KVALITETA	0	3	5	16	36	0,00	5,00	8,33	26,67	60,00
	NAVIKA	8	11	15	17	9	13,33	18,33	25,00	28,33	15,00
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: Anketno istraživanje

Prilog 5:

Tablica 20: Utjecaj obilježja na odluku o kupnji eko proizvoda, ocijene/upiti (N1=60. broj/%)

REGIJA	ŠTO JE VAŽNO PRILIKOM KUPNJE EKO PROIZVODA	OCIJENE					POSTOTAK %				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
POSAVINA	OKUS	3	0	11	13	33	5,00	0,00	18,33	21,67	55,00
	IZGLED	3	7	17	20	13	5,00	11,67	28,33	33,33	21,67
	PAKIRANJE	6	9	24	10	11	10,00	15,00	40,00	16,67	18,33
	CIJENA	4	3	15	22	16	6,67	5,00	25,00	36,67	26,67
	DOSTUPNOST	4	3	15	13	25	6,67	5,00	25,00	21,67	41,67
	KVALITETA	3	0	9	18	30	5,00	0,00	15,00	30,00	50,00
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
BANOVI	OKUS	0	2	7	18	33	0,00	3,33	11,67	30,00	55,00
	IZGLED	2	8	10	17	23	3,33	13,33	16,67	28,33	38,33
	PAKIRANJE	2	7	18	15	18	3,33	11,67	30,00	25,00	30,00
	CIJENA	1	1	6	20	32	1,67	1,67	10,00	33,33	53,33
	DOSTUPNOST	0	3	15	14	28	0,00	5,00	25,00	23,33	46,67
	KVALITETA	0	1	5	17	37	0,00	1,67	8,33	28,33	61,67
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MOSLAVINA	OKUS	0	0	4	12	44	0,00	0,00	6,67	20,00	73,33
	IZGLED	3	4	13	21	19	5,00	6,67	21,67	35,00	31,67
	PAKIRANJE	8	8	11	20	13	13,33	13,33	18,33	33,33	21,67
	CIJENA	0	3	16	15	26	0,00	5,00	26,67	25,00	43,33
	DOSTUPNOST	1	1	13	21	24	1,67	1,67	21,67	35,00	40,00
	KVALITETA	0	0	2	13	45	0,00	0,00	3,33	21,67	75,00
	NEŠTA DRUGO	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: Anketno istraživanje

.

Prilog 6: Terensko istraživanje asortimana ekoloških poljoprivrednih proizvoda trgovačkih kuća u Sisku

.



Slika 5: Ekološki krastavac, cijena
(Izvor: Likarević, listopad 2017.)



Slika 6: Ekološka rajčica cherry, cijena
(Izvor: Likarević, listopad 2017.)



Slika 7: Ekološke kocka za juhu, cijena
(Izvor: Likarević, listopad 2017.)



Slika 8: Ekološki limun, cijena
(Izvor: Likarević, listopad 2017.)



Slika 9: Ekološko grožđe, cijena
(Izvor: Likarević, listopad 2017.)



Slika 10: Ekološko grožđe, akcijske cijene
(Izvor: Likarević, listopad 2017.)

POPIS KRATICA

RH - Republika Hrvatska

EU – Europska unija

EZ – Europska zajednica

SAD – Sjedinjene Američke Države

SMŽ – Sisačko-moslavačka županija

JLS- jedinica lokalne samouprave

OPG – obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo

MP – Ministarstvo poljoprivrede

TD – trgovačko društvo

kn- kuna (valuta)

ha – hektar

tzv. -tako zvano

npr. – na primjer

Eko (EKO), bio (BIO) – izrazi koji uspostavlja poveznicu s ekološkim postupkom proizvodnje

KTC - Križevački trgovački centar

SSS – srednja stručna sprema

VŠS – viša školska sprema

VSS – visoka stručna sprema

OŠ – osnovna škola

APPRRR – Agencija za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju

SIMORA – Razvojna agencija sisačko-moslavačke županije

g- gram

INA -industrija nafte

REGIONALNE RAZLIKE U STAVOVIMA KUPACA EKOLOŠKIH POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA NA PODRUČJU SISAČKO-MOSLAVAČKE ŽUPANIJE

SAŽETAK

Predmet ovog rada je uočiti postojeće regionalne razlike na području Sisačko-moslavačke županije između kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda te predložiti mjere koje bi utjecale na smanjenje tih razlika. Za ovo istraživanje korištena je teritorijalna podjela Sisačko-moslavačke županije na tri regije Posavina, Banovina i Moslavina. U istraživanju je sudjelovalo 180 žena, životne dobi od 25-65 godina. Rezultati su obrađeni odgovarajućim matematičko–statističkim metodama u programu MS Office – Excel. Rezultati prikazani u radu pokazuju kako postoje regionalna razlike na području Sisačko-moslavačke županije između kupaca ekoloških poljoprivrednih proizvoda, ali bez značajnijih odstupanja. Anketni rezultat potvrđuje vlastito previđanje kako socio-demografska obilježja i stupanj obrazovanja tj, znanje nemaju utjecaj na povjerenje kupca u ekološku oznaku. Suprotno početnoj tvrdnji, dokazano je kako ispitanice poznaju oznaku ekološkog proizvoda Republike Hrvatske i Europske unije. Dokazano je kako bez obzira na financijske poteškoće prisutnost ekološke oznake na proizvodima povećava kupovnu spremnost potrošača ekoloških proizvoda. Gospodarska kriza se primjećuje u rezultatima tvrdnje kako prisutnost ekološke oznake na proizvodima povećava cjenovnu spremnost potrošača ekoloških proizvoda. Ispitanice svih regija smatraju kako ekološki proizvod mora imati veću cijenu, ali suprotni vlastitom predviđanju cjenovno su osjetljivije, tj. spremne su za njega izdvojiti manje od očekivanog. Sisačko-moslavačka županija prema mišljenju ispitanica ima najvažniju ulogu u razvoju ekološke poljoprivredne proizvodnje na području županije. Nadalje, mišljenja su kako ekološka poljoprivredna proizvodnja ima budućnost i kako je od strateškog značaja za razvitak Sisačko-moslavačke županije.

Mjere koje bi se trebale poduzeti kako bi se smanjile regionalne razlike jesu edukacija, promidžba i marketing. Edukaciju potrošača potrebno je provoditi kako bi se upoznali sa svim prednostima ekološke poljoprivredne proizvodnje. Promidžba treba biti agresivnija, a marketinški stručnjaci bi svakako trebali osmisliti način kako promijeniti svijest potrošača i tako privući cjenovno osjetljivije potrošače.

Ključne riječi: ekološki poljoprivredni proizvodi, regionalne razlike, cjenovno osjetljivi potrošači, strateški značaj za razvitak, mjere za smanjenje regionalnih razlika

REGIONAL DIFFERENCES IN THE ATTITUDES OF BUYERS OF ECOLOGICAL AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE SISAK-MOSLAVINA COUNTY

SUMMARY

Subject of this study is to observe the existing regional differences in the Sisak-Moslavina County among the buyers of organic agricultural products and to propose measures that would have the effect of reducing these differences. For this research, a three-region territorial division was used: Posavina, Banovina and Moslavina .The study involved 180 women, ages 25-65 .The results were processed by appropriate mathematical-statistical methods in MS Office-Excel. The results presented in this study show that there are regional differences in the Sisak-Moslavina County between buyers of ecological agricultural products, but without significant deviations. The survey results confirm my own predictions of how the socio-demographic characteristics and the degree of education have no impact on customer's trust in the ecological label. Contrary to the initial statement it was proven that respondents recognize and are acquainted with the label of ecological product of Croatia and the European Union. It has been shown that despite the financial difficulties, the presence of an ecological label on the product increases purchase willingness of consumers of ecological products. Economic crisis is reflected in the statement that the presence of an ecological label on products increases the consumer's willingness to buy ecological products. Residents of all regions believe that ecological products must have a higher price, but contrary to their own prediction, they are more price sensitive, that is, they are prepared to pay less than expected. According to the respondents, the Sisak-Moslavina County plays the most important role in the development of ecological agricultural products in that area. Furthermore, the view is that ecological agricultural production has a future and is of strategic importance for the development of the Sisak-Moslavina County.

Measures that should be taken to reduce regional differences are education, promotion and marketing. Consumer education needs to be implemented in order to be acquainted with all the benefits of ecological agricultural production. Advertising should be more aggressive and marketing experts should certainly create the ways to change awareness and attract more price sensitive consumers.

Keywords: ecological agricultural products, regional differences, price sensitive consumers, strategic importance for development, measures for reducing regional differences.

10. ŽIVOTOPIS

Tihana Likarević rođena je 14. srpnja 1967. godine u Sisku, gdje i danas živi i radi.

Godine 1987. upisuje Poljoprivredni institut u Križevcima gdje 1992. godine stječe diplomu inženjer poljoprivrede iz područja ratarstva. Zapošljava se u Posavci tvrtki za poljoprivrednu proizvodnju 1993. godine, gdje do 1996. godine radi kao tehnolog u poljoprivrednoj proizvodnji. Od 1997. godine do danas radi u Sisačko-moslavačkoj županiji, Upravnom odjelu za poljoprivredu, šumarstvo i vodno gospodarstvo kao stručna suradnica za poljoprivrednu proizvodnju i ekološku proizvodnju poljoprivrednih proizvoda. Na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima 2006. godine upisuje razlikovnu godinu te 2008. godine stječe zvanje stručna prvostupnica (baccalaurea) inženjerka poljoprivrede. Godine 2015./2016. na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima upisuje Specijalistički diplomski stručni studij Poljoprivreda, usmjerenje Ekološka i održiva poljoprivreda.

Posjeduje komunikacijske vještine i organizacijske sposobnosti u smislu: sposobnosti samostalnog rada ali i u grupi, strpljenja u radu s ljudima, jasnoća u komunikaciji, govorne i pisane komunikacijske vještine, sposobnost usvajanja novih vještina, sposobnost rješavanja problema i donošenja odluka, odgovornog i kreativnog razmišljanja.

Ima računalno znanje, posjeduje vozačku dozvolu B kategorije te se služi njemačkim jezikom.