

SMJERNICE RAZVOJA EKO SAJMA U ČAZMI IZ PERSPEKTIVE EKOLOŠKIH PROIZVOĐAČA

Sinković, Željka

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:185:232386>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-27**



Repository / Repozitorij:

[Repository Križevci college of agriculture - Final thesis repository Križevci college of agriculture](#)



REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE KRIŽEVCI

ŽELJKA SINKOVIĆ, studentica

SMJERNICE RAZVOJA EKO SAJMA
U ČAZMI IZ PERSPEKTIVE
EKOLOŠKIH PROIZVOĐAČA

ZAVRŠNI RAD

Križevci, 2019. godine

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE KRIŽEVCI

ŽELJKA SINKOVIĆ, studentica

SMJERNICE RAZVOJA EKO SAJMA
U ČAZMI IZ PERSPEKTIVE
EKOLOŠKIH PROIZVOĐAČA

ZAVRŠNI RAD

Povjerenstvo za ocjenu i obranu završnog rada:

1. Dr.sc. Ivka Kvaternjak, prof.v.š.- predsjednica povjerenstva
2. Dr. sc. Kristina Svržnjak, prof.v.š.- mentorica
3. Nikolina Perčec, struč.spec.ing.agr.-članica povjerenstva

Križevci, 2019. godine

SADRŽAJ

1.	UVOD.....	1
2.	PREGLED LITERATURE	3
2.1.	Ekološka poljoprivreda u Hrvatskoj	3
2.2.	Ekološki proizvodi-percepcija potrošača	4
2.3.	Plasman ekoloških proizvoda	5
2.3.1.	<i>Eko sajam Opatiji</i>	6
2.3.2.	<i>"Pazi što jedeš u Puli"</i>	7
2.3.3.	<i>Međunarodni sajam BIOFACH u Nürnbergu, Njemačka</i>	8
3.	MATERIJAL I METODE	9
3.1.	Ispitanici	9
3.2.	Mjerni instrumenti	9
4.	REZULTATI I RASPRAVA.....	10
4.1.	Posjećenost sajma	12
4.2.	Korisnost sajma	12
4.3.	Promocija.....	12
4.4.	Prijedlozi.....	12
5.	ZAKLJUČAK.....	23
6.	LITERATURA	25
7.	PRILOZI.....	27

1. UVOD

Pojam ekološke poljoprivrede povezuje se s poljoprivrednom proizvodnjom u kojoj se ne koriste agro-kemikalije kao što su pesticidi, mineralna gnojiva i slično. S druge strane pojedini zagovornici ekološke proizvodnje smatraju da se takvom proizvodnjom povezuju čovjek i priroda.

Povijesni razvoj ekološke poljoprivrede vezan je uz tzv. biološko-dinamičku poljoprivredu. Biološko-dinamička poljoprivreda osnovana je u Njemačkoj dvadesetih godina našeg stoljeća, no ubrzo se proširila i ostatkom Europe, a pedesetih godina zaživjela je i u SAD-u. Svrha osnutka biološko-dinamičke poljoprivrede bila je uspostaviti skladnu cjelinu s raznovrsnom biljnom i životinjskom proizvodnjom, ali bez uporabe agrokemikalija. Svi pravci ekološke poljoprivrede razvijeni su iz biološko-dinamičke poljoprivrede. Tijekom sedamdesetih i osamdesetih godina rastao je interes za ekološkom proizvodnjom što je rezultiralo osnivanjem raznih obrazovnih programa (Znaor, 1996.).

Prema Zakonu o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda pojam ekološke proizvodnje označava sustav održivog gospodarenja u poljoprivredi i šumarstvu koji obuhvaća uzgoj životinja i bilja, proizvodnju hrane, sirovina i prirodnih vlakana te preradu primarnih proizvoda, a uključuje sve ekološki, gospodarski i društveno opravdane proizvodno-tehnološke metode, zahvate i sustave, najpovoljnije koristeći plodnost tla i raspoložive vode, prirodna svojstva biljaka, životinja i krajobrazu, povećanje prinosa i otpornost biljaka pomoću prirodnih sila i zakona, uz propisanu uporabu gnojiva, sredstva za zaštitu bilja i životinja, sukladno s međunarodno usvojenim normama i načelima.

Važnu ulogu u cijelom sustavu ekološke proizvodnje imaju i eko sajmovi koji su jedan od glavnih mjesta plasmana ekoloških proizvoda. Eko sajmovi su manifestacije na kojima se okupljaju proizvođači eko proizvoda s raznolikim asortimanom proizvoda. Takve manifestacije omogućuju proizvođačima izravni kontakt s kupcima kako bi ih upoznali s načinom ekološke proizvodnje, kvalitetom proizvoda te pobudili svijest o zdravom načinu proizvodnje. Također eko sajmovi omogućuju, između samih eko proizvođača, razmjenu iskustva i znanja o ekološkoj proizvodnji koja im mogu poslužiti u daljnjem radu. Prednost kupovine na eko sajmovima je što se neki proizvodi mogu i degustirati, kako bi se kupac uvjerio u kvalitetu proizvoda te se stvara i povjerenje između kupca i proizvođača.

Jedan od novijih sajmova u Republici Hrvatskoj s prizvukom „eko“ je Eko sajam u Čazmi, a s obzirom da je taj sajam u počecima postojanja, anketirani su izlagači sajma koji

su sudjelovali u prvoj i drugoj godini odražavanja sajma kako bi dobili podatke o njihovoj proizvodnji, ali i samom razvoju sajma i smjernicama u budućnosti. Osim toga, anketiranjem eko izlagača sajma utvrđuje se njihovo zadovoljstvo organizacijom sajma s čim je povezan i budući dolazak na taj sajam, zatim htjelo se utvrditi je li Čazma povoljno mjesto za organiziranje takvog tipa sajma i je li dolazak na ovu manifestaciju utjecao na povećanje njihove prodaje i umrežavanje s otkupljivačima eko proizvoda.

S obzirom na predmet i cilj rada, svrha rada je pružiti organizatorima, ali i svima ostalima koji sudjeluju u stvaranju ove manifestacije podatke o dobrim i lošim stranama sajma, te mogućim poboljšanjima u organizaciji kako bi sajam imao što više posjetitelja i izlagača eko proizvoda, ali i proširenju sajma na veće gradove Bjelovarsko-bilogorske županije.

2. PREGLED LITERATURE

2.1. Ekološka poljoprivreda u Hrvatskoj

Ekološka je poljoprivreda koncipirana tako da štiti tlo, vodu, zrak, biljne i animalne te genetske resurse, nije štetna za okoliš, tehnički je primjerena, ekonomski opstojna, a socijalno prihvatljiva (*Kisić, 2014.*). Prema Znaoru (1996.) osnovna načela ekološke poljoprivrede sastoje se od:

1. Pravilne obrade tla, plodoreda, raznolikost kultura, sorta i pasmina koje se koriste,
2. Povećanje plodnosti tla, očuvanje biološke aktivnosti, povećanje sadržaja organske tvari i hranjiva, strukture tla,
3. Izostanak uporabe agrokemikalija (pesticidi, mineralna gnojiva, razni hormoni rasta...),
4. Očuvanje prirodnih bogatstva, raznolikost biljnog i životinjskog svijeta,
5. Smanjenje iskorištavanja neobnovljivih izvora energije, smanjenje ovisnosti o industrijskoj proizvodnji koja uvelike šteti zdravlju ljudi, ali i prirode,
6. Proizvodnja zdravih namirnica i stvaranje odnosa između prirode i čovjeka.

Također, isti autor opisuje kako ekološka poljoprivreda u Hrvatskoj nije zaživjela i to zbog stanovništva starije dobi koje živi na selu, koje nema dovoljne izobrazbe o ekološkoj poljoprivredi. Nažalost, i danas je situacija je prilično slična. Mladi bježe sa sela zbog nepovoljne situacije u poljoprivredi, agronomi s potrebnim znanjem također odlaze u inozemstvo steći dodatna znanja, ali i ostvariti bolju zaradu te na selu ostaje stanovništvo srednje i starije dobi koje je vjerno konvencionalnoj proizvodnji i nema namjeru ulaziti u ekološku poljoprivredu.

U veljači 2011. godine Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja predstavilo je *Akcijski plan ekološke poljoprivrede* koji predstavlja važan korak u razvoju ekološke poljoprivrede te ekološkom uzgoju hrane. Osnovni cilj toga plana je povećanje udjela površina u Republici Hrvatskoj pod ekološkom proizvodnjom u ukupnim poljoprivrednim površinama do 2016.godine na 8%.Prema podacima Ministarstva poljoprivrede, u Hrvatskoj u 2016. godini ima 3.546 fizičkih i pravnih osoba u ekološkoj poljoprivredi, a udio površina pod ekološkom proizvodnjom je 93.814,00 ha, što čini 6.07% ukupno korištene obradive zemlje.

Počecima razvoja ekološke poljoprivrede u Hrvatskoj smatraju se 80-e godine prošloga stoljeća. Jedno od glavnih imena tog doba bila je Zlata Nanić koja se prva bavila

uzgojem bilja prema principu ekološke poljoprivrede. Kao prva zagovornica ekološke poljoprivrede, predavala je na Radničkom i narodnom sveučilištu o biološko-dinamičkoj poljoprivredi, a svoje znanje nastojala je prenijeti svima. Održavala je razne seminare i predavanja diljem Europe. Znanstveni utemeljitelj ekološke poljoprivrede u Hrvatskoj bio je dr.sc. Pavao Krišković. Napisao je knjige: „*Osnove biološkog voćarstva - samo zdravo voće može biti hrana čovjeku*“ izdana 1972. i „*Bio-agrikultura u praksi-proizvodnja zdrave i jeftine hrane*“ izdana 1989. Knjige su prevedene na mnoge strane jezike te su još uvijek zanimljiva i poučna literatura o ekološkoj proizvodnji (Kisić, 2014.).

Također, razvoju ekološke poljoprivrede na području Hrvatske pridonijelo je osnivanje BIOS-a (Savez biološko organskog gospodarenja) 1991. godine zbog pojave prvih specijaliziranih prodavaonica „zdrave hrane“ koje su dovele do osnivanja brojnih drugih udruga za ekološku poljoprivredu. Iako su u tim prodavaonicama uglavnom bili uvozni ekološki proizvodi, pridonijele su približavanju takvih proizvoda potrošačima. Osnivanjem BIOSA pokušale su se sve udruge ekološke poljoprivrede objediniti u jednu organizaciju koja bi koordinirala i usmjeravala rad udruga. Veliki doprinos razvoju ekološke poljoprivrede pridonijele su prve cjelovite smjernice za ekološku poljoprivredu koje je izradio BIOS (Petljak, 2011.).

Neka značajna imena koja se vežu uz pojam ekološke proizvodnje u Hrvatskoj su: Jan Čížek, Ferdo Bašić, prof. dr. sc. Davor Šamot, prof. dr. sc. Marijan Jošt, dr. sc. Darko Znaor, mr. sc. Marija Sever, mr. sc. Ranko Tadić. Jedan od utemeljitelja, Jan Čížek, u svom radu o ekologijskom poljodjelstvu (1993.) iznio je stav kako je zbog tadašnjeg režima u Hrvatskoj (komunizam) i velikih industrijaliziranih gospodarstava (kombinata) bilo teško pokrenuti ekološku poljoprivredu. Osnivanjem BIOS-a 1991.g. očekuju se prve proizvedene organsko-biološke živežne namirnice prema svjetskim standardima, a također smatra da razvitak te proizvodnje treba i teći preko BIOS-a, ali uz punu potporu društva, političkih tijela te nadležnih državnih službi. Ferdo Bašić, također jedan od utemeljitelja ekološke proizvodnje u Hrvatskoj, ukazuje na Sisačko-moslavačku županiju, kao županiju s velikim potencijalom za razvoj eko proizvodnje, i to zbog kvalitete tla koje bi bilo pogodno za ekostočarstvo, ali i šume kestena, koje čine 50% šuma RH, za dobivanje eko meda od kestena. Problem županije je mnogobrojna starija populacija, zbog odlaska mladih u velike gradove.

2.2. Ekološki proizvodi-percepcija potrošača

Ekološki proizvod svaki je proizvod proizveden i označen sukladno s odredbama zakona i propisa donesenih na temelju njega (*Slijepčević, 2002.*). Ekološki proizvod svaki je proizvod proizveden i označen sukladno s odredbama *Zakona o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (NN 139/2010)*.

Svaki eko proizvod mora biti deklariran. Deklaracija mora sadržavati naziv i tip proizvoda, naziv i adresu proizvođača ili uvoznika, zemlju porijekla proizvoda, datum proizvodnje, neto masu, popis sastojaka i ostale bitne podatke o proizvodu. Znak za eko proizvod dodjeljuje se onom eko proizvodu koji je proizveden sukladno propisima i pravilima za ekološku proizvodnju. Znak dodjeljuje Ministarstvo poljoprivrede na 12 mjeseci na zahtjev proizvođača.

Prema istraživanju "Kategorije ekoloških i prehrambenih proizvoda među vodećim trgovcima hranom u Republici Hrvatskoj" najzastupljeniji su pekarski ekološki prehrambeni proizvodi, zatim ekološki uzgojene žitarice i mahunarke, svježe voće i povrće, suho voće, proizvodi od soje, tofu, seitan¹, ulja i razne vrste octa, biljna mlijeka, deserti i napitci, dijetetski proizvodi, vitamini, minerali i dodatci prehrani, eko čajevi i ljekovito bilje, dječja hrana, meso i mesne prerađevine iz eko uzgoja, jaja i ostale prerađevine (*Petljak, 2010.*).

2.3. Plasman ekoloških proizvoda

Glavni čimbenik koji utječe na stanje tržišta ekoloških proizvoda je svijest potrošača. Na Svjetskom tržištu ekoloških proizvoda vodeća je Europa, zatim Sjeverna Amerika, a potom Azija i ostali kontinenti. 2007.g. Njemačka je bila vodeća zemlja prema vrijednosti tržišta ekološke hrane, druga je Velika Britanija, a treća Francuska. Visoka vrijednost tržišta u navedenim zemljama povezuje se sa visokim životnim standardom i sa visoko razvijenom svijesću stanovništva (*Petljak, 2010.*).

Njemačko tržište najveće je tržište eko proizvoda u Europi i u 2015.g. dostiže vrijednost od 8,6 milijardi eura te bilježi daljnji rast što rezultira da u 2016.g. dostiže vrijednost od 9,5 milijardi eura, a iza njega je francusko tržište eko proizvoda. U svijetu, Njemačka je drugo tržište po veličini, odmah nakon SAD-a (35,8 milijardi eura u 2015.g.). U 2015.g. Danska je uložila 53 miliona eura kako bi do 2020.g. cjelokupnu proizvodnju pretvorila u 100% organsku. Danska je najbolji uzor i primjer organske proizvodnje, te je od 2007. do danas povećala izvoz organskih proizvoda za 200% (*Agrobiz, 2016.*).

¹ Seitan je jelo od punog pšeničnog zrna, bogato bjelančevinama.

Vrijednost tržišta s razvijenom ekološkom poljoprivredom dostiže milijarde eura, dok je hrvatsko tržište procijenjeno na 100 milijuna eura, što je ujedno i pokazatelj još uvijek nedovoljno razvijenog tržišta.

Istraživanje provedeno 2010.g. o razvoju tržišta ekoloških proizvoda u Republici Hrvatskoj, ujedno i prvo istraživanje na tu temu, pokazalo je da najveći broj poduzeća za svoje prodavaonice nabavlja proizvode od soje, seitana, ocat i ulje, deserte i napitke, dok je najmanje zastupljena ponuda svježeg voća i povrća, mesa i jaja. Također većinu asortimana u prodavaonicama čine uvozni ekološki proizvodi, te je jako mali broj ispitanih poduzeća koji nude domaće ekološke proizvode (*Petljak, 2010.*).

Ministarstvo poljoprivrede u Akcijskom planu ekološke poljoprivrede navodi da je potražnja za ekološkim proizvodima stalno u porastu i to zbog inozemnih turista i urbanog stanovništva, ali zbog nedovoljne informiranosti stanovništva o ekološkim proizvodima te izgleda i pakiranja proizvoda, još uvijek imamo veći broj uvoznih ekoloških proizvoda nego domaćih u prodavaonicama. SWOT analizom ukazuje se na neorganiziranost tržišta i nedostatak većeg broja sajмова certificiranih ekoloških proizvoda, što je veliki problem za proizvođače ekoloških proizvoda.

Lider na hrvatskom eko tržištu je tvrtka Biovega, osnovana 1994.g. Biovega danas posluje s 40-ak poljoprivrednih gospodarstava, a njihove proizvode plasiraju u bio&bio trgovinama, kojih je 17 u Hrvatskoj. U plasman ekoloških proizvoda također se ubraja i plasman putem raznih sajмова na kojima su nude ekološki proizvodi, a neki od tih sajмова su: Eko sajam u Opatiji, Pazi što jedeš u Puli, Eko sajam u Čazmi i ostalim gradovima Republike Hrvatske, a najveći eko sajam u svijetu je Međunarodni sajam BIOFACH u Njemačkoj.

2.3.1. Eko sajam u Opatiji

Eko sajam u Opatiji (slika 1) održava se već devetu godinu zaredom. Sajem se održava više puta godišnje² te je dio projekta Žmergov ekološki centar koji se provodi uz financijsku podršku Grada Opatije. U ponudi eko sajma u Opatiji moglo se pronaći sezonsko voće i povrće, med, kruh, maslinovo ulje, marmelada, mliječni proizvodi te preparati od ljekovitog bilja za njegu tijela i kože.

²2016.g. sajam je održan 21. svibnja ispred opatijske tržnice Mrat. Uvod u jesen i jesenske proizvode održali su 22. listopada, također, na istoj lokaciji, a zadnji eko sajam u 2016.g. održan je 12. studenoga.



Slika 1. Prikaz plakata Ekološkog sajma u Opatiji

Izvor: <https://goo.gl/images/0X5ewU>

2.3.2. „Pazi što jedeš“ u Puli

„Pazi što jedeš“ manifestacija je koja se održava u Puli od 2011. godine (slika 2). Manifestacija je edukativnog i sajmenog karaktera na kojoj izlažu eko proizvođači iz cijele Hrvatske. 2017.g. tema sajma bila je „Znanje i okus“-prenošenje znanja i očuvanje okusa, a naglasak je bio na tradicijskim receptima karakterističnim za Istru. Organizator ovog sajma je Etnografski muzej Istre.



Slika 2. Prikaz plakata manifestacije „Pazi što jedeš“

Izvor: <https://goo.gl/images/aQTqin>

2.3.3. Međunarodni sajam BIOFACH u Nürnbergu, Njemačka

Međunarodni sajam BIOFACH (slika 3) jedan je od najvećih eko sajmova u svijetu, a odražava se od 1990.g. u izložbenom centru u Nürnbergu, Njemačka. Sajam BIOFACH održava se pod pokroviteljstvom svjetske organizacije IFOAM – Međunarodna organizacija za ekološku poljoprivredu. Republika Hrvatska na sajmu je prvi puta sudjelovala 2009.g. pod pokroviteljstvom Ministarstva poljoprivrede. Neki od hrvatskih eko proizvođača koji se predstavljaju na sajmu su; Art of Raw, Bobica, Ecogos, Exploria, Jan Spider i mnogi drugi.



Slika 3. Međunarodni sajam BIOFACH u Njemačkoj

Izvor: <https://goo.gl/images/8O7XNd>

3. MATERIJAL I METODE

3.1. Ispitanici

Istraživanje je provedeno na izlagačima ekoloških proizvoda na Eko sajmu u Čazmi. Popis od 43 izlagača (prilog 2 i 3) dobiven je od djelatnice Savjetodavne službe u Čazmi Nikoline Perčec, struč.spec.ing.agr., koja je i ujedno bila tadašnja tajnica Udruga Eko kultura. Istraživanje je provedeno na način kontaktiranja izlagača putem elektroničke pošte, telefonskim putem i osobnim razgovorom sa izlagačima na 3. Eko sajmu u Čazmi u razdoblju od svibnja do listopada 2016.g.

3.2. Mjerni instrumenti

Istraživanje je provedeno anketnim upitnikom (prilog 1), koji se sastoji od 26 pitanja, među kojima se prvi dio pitanja odnosi na posjećenost prethodnim Eko sajmovima u Čazmi, radi usporedbe koja će biti pokazatelj uspješnosti održavanja istraživanog sajma. Drugi dio pitanja odnosio se na uspješnost i korisnost sudjelovanja na sajmu samih izlagača (*npr. Jeste li sudjelovanjem na sajmu stekli nova iskustva koja su važna za vašu proizvodnju?; Je li sudjelovanje na eko sajmu utjecalo na povećanje prodaje proizvoda? i slično*). Treći dio pitanja odnosio se na promociju proizvoda na eko sajmu (*npr. Jeste li na neki drug način pokušali privući posjetitelje?; Jeste li imali na štandu neke promocijske alate s oznakom vašeg gospodarstva koje ste mogli podijeliti posjetiteljima sajma? i slično*). U zadnjem dijelu ankete izlagači su ocjenjivali manifestaciju i davali prijedloge za buduće održavanje sajma.

4. REZULTATI I RASPRAVA

Eko sajam u Čazmi pod nazivom „Eko kulturom do zdravlja“ (slika 4, 5 i 6), unazad dvije godine pod nazivom „Zdrava hrana vaš izbor“ održava se 5. godinu zaredom u mjesecu rujnu, u trajanju od dva dana. To je manifestacija koja okuplja certificirane proizvođače ekološke hrane. Organizator Eko sajma je županijska udruga „Eko kultura“, a popratni sadržaji sajma su pripremanje eko hrane, razne radionice i edukativna predavanja o zdravoj hrani, programi za djecu te ostali zabavni sadržaj. Sajam se na samim počecima održavao na prostoru sportskih terena Grada Čazme, ali se sada premjestio na Trg čazmanskog kaptola, u samom centru Grada. Na sajmu sudjeluje oko tridesetak proizvođača ekološke hrane, a u ponudi se mogu naći proizvodi od raznog voća, lavande, razne ljekovite kreme i preparati, razno povrće, čajevi, proizvodi od industrijske konoplje i slično. Promoviranje eko sajma odvija se putem radija, ne samo čazmanskog, već i drugih, te putem plakata. Posjetitelji sajma mogu se informirati o proizvodnji proizvoda, kušati ih te ih i kupiti.



Slika 4. Letak 2. Eko sajma u Čazmi

Izvor: <https://goo.gl/images/cfOyLI>



Slika 5. Primjer izložbenog stola na Eko sajmu u Čazmi
 Izvor: vlastita fotografija



Slika 6. Primjer izložbenog stola na Eko sajmu u Čazmi
 Izvor: vlastita fotografija

4.1. Posjećenost sajma

Na 1. Eko sajmu u Čazmi sudjelovalo je 30 izlagača, a na 2. Eko sajmu 31. s obzirom na to da isti izlagači nisu sudjelovali na oba sajma ukupan broj izlagača za anketiranje bio je 44. Od 44 izlagača anketirano je njih 34, i to putem elektroničke pošte, osobno i telefonski. Ostalih 10 izlagača nije bilo zainteresirano za anketiranje. Ovdje je analizirano svako pitanje iz anketnog upitnika, a odgovori su prikazani tablicama.

4.2. Korisnost

Izlagačima Eko sajma u Čazmi korisnost dolaska na sajam očitovala se povećanjem prodaje eko proizvoda, pronalaskom novih otkupljivača (uglavnom manjih prodavaonica), ali i stjecanjem novih iskustava i dijeljenje korisnih savjeta vezanih za ekološku proizvodnju.

4.3. Promocija

Izlagači eko sajma u Čazmi imali su široki asortiman proizvoda. Na štandovima se tako moglo pronaći svježe voće i povrće (jabuke, kruške, luk, češnjak, grah), tikve, sušene buče, divlji krastavac, jabučni ocat, kozji sir, sok, pekmez i džem od aronije, integralno brašno od raznih žitarica, zimnice, lavanda, ljekovito bilje, med. Najviše zanimanja kupci su pokazali za proizvode aronije, divljeg krastavca, sušenih buča i sl.

4.4. Prijedlozi

Da bi poboljšali eko sajam i privukli što više posjetitelja pitali smo izlagače imaju li oni prijedloge. Najviše njih odgovorilo je da sajmu nedostaje glazba. Jedan od prijedloga bio je dovođenje poznatih estradnih izvođača. Budući da sajam nije u centru grada, bilo bi dobro imati restoran u blizini lokacije održavanja sajma. Također, neki smatraju da je potreban pristojniji toalet, posebice za žene, dok većina nema mišljenja o tome.

Tablica 1: Sudjelovanje na Eko sajmu u Čazmi

	DA		NE	
	I*	%	I*	%
1. Eko sajam u Čazmi	30	88	4	12
2. Eko sajam u Čazmi	21	62	13	38
Slični sajmovi u Hrvatskoj ili inozemstvu	33	97	1	3

Izvor: vlastito istraživanje

**Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika*

Na 1. Eko sajmu u Čazmi sudjelovalo je 30 od 34 ispitanika, odnosno 88%, a na 2. sajmu 21 ispitanik odnosno 62%. Razlozi izostajanja sa sajma preostalih ispitanika su neinformiranost o održavanju sajma, vrijeme održavanja sajma, poslovne obaveze, ali i nedostatak proizvoda zbog manje proizvodnje. Većina ispitanika posjećuje i ostale Eko sajmove u Hrvatskoj, među najposjećenijima su sajam u Puli, Zagrebu, Bučijada u Ivanić Gradu, sajam u Čakovcu, Donjoj Dubravi, Gudovečki sajam...

Tablica 2. Korisnost i uspješnost sudjelovanja na Eko sajmu

	DA		NE	
	I*	%	I*	%
Stjecanje novih iskustava na sajmu	16	47	18	53
Kontakt sa otkupljivačima eko proizvoda	10	29	24	71

Izvor: vlastito istraživanje

**Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika*

Iz tablice 2 vidljivo je da je 47% ispitanika ostvarilo nova iskustva na Eko sajmu u Čazmi, od primjene folijarnih gnojiva do razmjene sjemena. Većina ispitanika stekla je nove kontakte i poznanstva, dok preostalih 53% smatra da nije steklo nova iskustva za proizvodnju. Također je vidljivo da je kontakt s otkupljivačima ostvarilo 29% ispitanika, i to uglavnom s manjim prodavaonicama, dok preostalih 71% smatra da je Čazma ipak mali

grad za dolazak većih otkupljivača, a dodatni problem je održavanje i drugih sajmovi u većim gradovima i s većim proizvođačima.

Tablica3. Utjecaj sajma na povećanje prodaje proizvoda

	OCJENA			
	2	3	4	5
Utjecaj sajma na povećanje prodaje proizvoda	22%	44%	28%	6%

Izvor: vlastito istraživanje

Legenda: 2-nisam baš zadovoljan, prodao sam ali manje nego što sam očekivao

3-zadovoljan sam jer sam prodao onoliko proizvoda koliko sam i planirao

4-prilično sam zadovoljan jer sam prodao i više od očekivanog

5- prilično sam zadovoljan, jer sam prodao više proizvoda od očekivanog i sklopio dodatne poslove

Iz tablice 3 vidljivo da je najvišu ocjenu dalo najmanje ispitanika, svega 6%, dok je ocjenu 3 dalo najviše ispitanika (44%) što je prosječna ocjena, a solidnu ocjenu 4 je dalo 28% ispitanika. S obzirom na Čazmu kao mali grad, ali i sajam koji je relativno novi, može se zaključiti da je prodaja bila uspješna za većinu izlagača.

Tablica 4. Promoviranje proizvoda

Degustacija	65%
Posebno uređenje štanda	47%
Posebno pakiranje proizvoda	18%
Izloženi poster o proizvodu	9%
Djelatnici na štandu s bedževima ili majicama	0
Slogan	0
Ništa od navedenog	18%

Izvor: vlastito istraživanje

Tablica 5. Promotivni materijali

Vizitka	62%
Letak o proizvodu ili gospodarstvu	50%
Penkalo/olovka	3%
Privjesak	3%
Upaljač	3%
Vrećice	3%
Promo proizvodi	3%
Recepti	3%
Ništa od navedenog	24%

Izvor: vlastito istraživanje

Promoviranje proizvoda najbitnija je stavka na sajmu. Osim samog pojma „ekološko“ koji automatski privlači kupce, proizvođači eko proizvoda moraju i drugim načinima privući posjetitelje sajma, a zatim ih i uvjeriti da kupe njihov proizvod. Stoga, njih 65% nudi degustaciju proizvoda kako bi se posjetitelji uvjerali u kvalitetu onog što kupuju, dok njih 47% vizualnim izgledom tj. posebnim uređenjem štanda privlači posjetitelje.

Iz tablice 5. vidljivo je da ispitanici od različitih promotivnih materijala najviše koriste vizitke (62%) i letke (50%) kako bi promovirali svoje gospodarstvo, odnosno to najviše nude posjetiteljima sajma. Čak 24% ispitanika ne upotrebljava nikakve promocijske alate za svoje gospodarstvo, stoga, pretpostavljam da su to manja gospodarstva s manjim količinama proizvoda kojima ekološka poljoprivreda nije primarna djelatnost pa ne ulažu puno sredstva u nju.

Tablica 6. Najčešći posjetitelji sajma

Kupci	31%
Izviđači	2%
Šetači	46%
Školska posjeta	21%

Izvor: vlastito istraživanje

Najveći broj posjetitelja sajma bili su uglavnom šetači (46%), odnosno oni koji su došli vidjeti kakav je to sajam i što nudi, bez namjere za kupovinom. Izviđača je bilo najmanje (2%). Iako je kupaca bilo samo 31%, za ovaj relativno „mladi“ sajam (tek se održao 3. godinu), postotak različitih kategorija posjetitelja je sasvim u redu. S daljnjim razvojem sajma i njegovim širenjem uvjerena sam da će postotak kategorije posjetitelja – „kupaca“ rasti.

Tablica 7. Informiranost o održavanju sajma, ekološkim proizvodima i njihovoj vrijednosti

	DA		NE	
	I*	%	I*	%
Jesu li ljudi grada Čazme dovoljno informirani o održavanju sajma?	16	47	18	53
Jesu li ljudi dovoljno informirani o ekološkim proizvodima i njihovoj vrijednosti?	8	24	26	76

Izvor: vlastito istraživanje

**Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika*

Iz tablice 7 vidljivo je da su podjednaka mišljenja ispitanika u vezi s održavanja sajma. Njih 53% smatra da ljudi nisu upoznati s održavanjem eko sajma, dok 47% misli da ipak jesu. Također, vidljivo je da 26 ispitanika ili 76% smatra da ljudi nisu dovoljno informirani o ekološkim proizvodima. Kako bi se smanjio taj postotak, prijedlozi ispitanika su da bi se trebale organizirati razne edukacije vezane uz ekološku proizvodnju tijekom godine s naglaskom na djecu u školama, ali također su dati prijedlozi o organiziranju više ovakvih sajmova u Čazmi ili bližoj okolini.

Tablica 8. Izvori preko kojih kupci mogu doći do informacija o izlagačima eko sajma

	I*	%
Sajmovi i izložbe	30	88
Osobna prodaja	26	76
Izravno oglašavanje	1	3
Razna stručna događanja	1	3
Internet prodaja	17	50

Izvor: vlastito istraživanje

**Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika*

Iz tablice 8 vidljivo je da ispitanici najviše smatraju kako kupci do njihovog proizvoda dolaze putem sajma i izložba (88%) te putem osobne prodaje (76%). Internet prodajom koristi se njih 17 (50%). Iz razgovora s izlagačima dolazim do saznanja da će Udruga Eko kultura pokrenuti svoju stranicu za prodaju eko proizvoda, ali samo za svoje članove, tako da će oni koji nemaju vremena ići na sajmove, zbog obaveza ili nemogućnosti korištenja interneta, imati mogućnost plasiranja svojih proizvoda na taj način.

Tablica 9. Održavanje sajma

	DA		NE	
	I*	%	I*	%
Jesu li otkupljivači eko proizvoda upoznati s održavanjem Eko sajma u Čazmi?	5	15	27	79

Izvor: vlastito istraživanje

**Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika*

Iz tablice 9 vidljivo je da 79% ispitanika smatra kako otkupljivači ekoloških proizvoda nisu upoznati s održavanjem Eko sajma u Čazmi. U razgovoru s njima mišljenja su da je Čazma mali grad za dolazak otkupljivača, mnogima i nepoznat, ali i zbog vremena održavanja sajma tj. zbog mogućeg poklapanja sajma s Gudovečkim sajmom u Bjelovaru.

Tablica 10. Ocjena lokacije i organizacije Eko sajma u Čazmi

	OCJENA				
	1	2	3	4	5
Lokacija održavanja sajma	1	/	9	10	14
Organizacija sajma u Čazmi	1	/	/	6	26

Izvor: vlastito istraživanje

Iz tablice 10 može se vidjeti da se 14 ispitanika izjasnilo da im u potpunosti odgovara lokacija održavanja sajma te dalo ocjenu pet, njih 10 je ocijenilo lokaciju sa četvorkom, a 9 njih sa trojkom. Jedan ispitanik u potpunosti nije bio zadovoljan te je dao ocjenu 1. Na pitanje bi li im koja druga lokacija bolje odgovarala, neki su predložili centar grada ili trg, zbog veće koncentracije ljudi, dok su drugi zadovoljni s lokacijom zbog velikog parkinga, velikog izložbenog prostora te smatraju da u centru ne bi bilo mjesta za sve štandove. Također, predložili su i veći grad za održavanje sajma., kao npr. Bjelovar.

Organizaciju sajma 26 ispitanika ocijenilo je s najvišom ocjenom te se izjasnilo kako je organizacija bila na zavidnoj razini, da su sve institucije uložile maksimalno truda u održavanje sajma te da je Čazma jako dobar domaćin.

Tablica 11. Ocjena cjelokupne organizacije eko sajma

	OCJENA					
	1	2	3	4	5	PROSJEČNA OCJENA
	I*	I*	I*	I*	I*	
Komunikacija s organizatorima prije početka sajma	1	0	1	4	28	4,71
Dobivenim izlagačkim prostorom	1	0	0	6	27	4,71
Vremenom održavanja sajma	1	1	7	3	21	4,12
Promocijom sajma	1	2	4	11	16	4,14
Dodatnim sadržajem na sajmu	1	0	3	9	21	4,44

Izvor: vlastito istraživanje

**Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika*

Anketnim upitnikom tražilo se od izlagača da ocjene cjelokupnu organizaciju eko sajma. Stoga je iz tablice 11 vidljivo da su sve ponuđene stavke dobile visoke ocjene. Komunikacija s organizatorima i izlagački prostor dobili su najveću ocjenu (4,71), dok je najniži prosjek ocjena imalo vrijeme održavanja sajma, što je već i navedeno prije u radu (poklapanje s održavanjem drugog sajma).

Tablica 12. Ocjena institucija koje su sudjelovale u organizaciji sajma

OCJENA						PROSJEČNA OCJENA
	1	2	3	4	5	
	I*	I*	I*	I*	I*	
Udruga Eko kultura	1	/	1	/	32	4,83
Grad Čazma	1	/	1	2	30	4,77
Savjetodavna služba	1	2	1	3	25	4,27
Bjelovarsko-bilogorska županija	3	2	5	2	22	4,13

Izvor: vlastito istraživanje

*Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika

Također, izlagači su imali prilike ocijeniti i institucije koje su sudjelovale u organizaciji eko sajma. Sve uključene institucije dobile su visoke ocjene, što nije ni čudno s obzirom da u prethodnoj tablici je komunikacija s institucijama dobila najveću ocjenu. Tako je najbolje ocjenjena Udruga Eko kultura, kao organizator sajma (4,83), s malom prednošću ispred Grada Čazme (4,77), koja je ustupila odličan prostor za održavanje sajma, ali i pružila podršku održavanja sajma takvog tipa.

Budući da se u anketi moglo napisati koga izlagači smatraju važnim za promoviranje sajma, ispitanici su napisali Super radio, koji je medijski popratio sajam, ali i sudjelovao u promociji, Turističku zajednicu Grada Čazme i Ministarstvo poljoprivrede.

U razgovoru s izlagačima Eko sajma u Čazmi saznajem da su izrazili veliku zahvalnost Gradu Čazmi na podršci za ovakav tip manifestacije te Savjetodavnoj službi i Turističkoj zajednici.

Tablica 13. Ocjena dodatnih sadržaja na eko sajmu u Čazmi

	OCJENA						
	1	2	3	4	5	0	PROSJEČNA OCJENA
	I*	I*	I*	I*	I*	I*	
Degustacije u eko kuhinji	1	/	2	14	17	0	4,36
Radionice zdrave hrane	1	4	9	7	13	0	3,79
Sadržaji namijenjeni djeci	1	/	4	10	18	0	4,21

Izvor: vlastito istraživanje

*Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika

Legenda : 1- ne doprinose atraktivnosti sajma

2- djelomično doprinose atraktivnosti sajma

3- i doprinose i ne doprinose atraktivnosti sajma

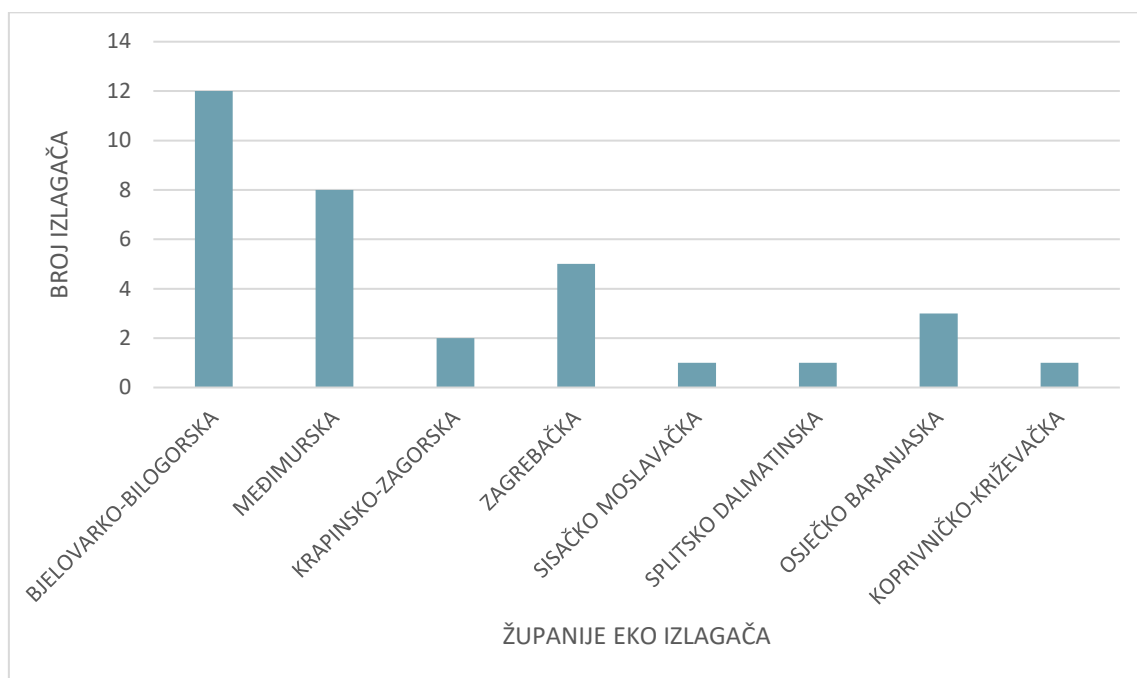
4- značajno doprinose atraktivnosti sajma

5- u potpunosti doprinose atraktivnosti sajma

0- uopće nisam primijetila te sadržaje

Na sajmu su održani i dodatni sadržaji poput degustacije u eko kuhinji, radionice zdrave hrane te sadržaji namijenjeni djeci. Sadržaji su se ocjenjivali ocjenama od 0 do 5, te nijedan ispitanik nije dao ocjenu 0 što govori da su svi primijetili dodatne sadržaje, ali to je vidljivo i iz tablice 11, gdje su dodatni sadržaji dobili prosječnu ocjenu 4,44. Od dodatnih sadržaja najbolje je ocjenjena degustacije u eko kuhinji (4,36), a najmanje radionica zdrave hrane (3,79).

Graf 1. Prikaz županija iz kojih izlagači dolaze



Izvor: vlastito istraživanje

Od ovog pitanja pa nadalje rezultati će se prikazivati za 33 izlagača s obzirom da je prilikom razgovora jedan ispitanik odlučio prekinuti istraživanje zbog nezainteresiranosti za anketni upitnik.

Iz grafa 1 vidljivo je da 12 ispitanika dolaze iz Bjelovarko-bilogorske županije, što je ujedno i najveći broj, zatim iz Međimurske njih 8, iz Zagrebačke županije dolazi 5 ispitanika, iz Osječko-baranjske 3 ispitanika, iz Krapinsko-zagorske 2 i iz Splitsko-dalmatinske, Koprivničko-križevačke i Sisačko-moslavačke po jedan ispitanik. Prema grafu 1 možemo zaključiti da na sajam u Čazmu dolaze izlagači iz cijele Hrvatske, od Slavonije, preko Zagorja i Podravine pa sve do Jadrana.

Tablica 14. Raspon godina bavljenja ekološkom poljoprivredom

BROJ GODINA	I*	%
<5	9	27
6-10	17	52
11-15	4	12
16-19	1	3
20-30	2	6

Izvor: vlastito istraživanje

*Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika

Tablicom 14 utvrđeno je da se 52% ispitanika bavi ekološkom proizvodnjom u rasponu od 6-10 godina, dok je njih 27% u prijelaznom razdoblju (do 5 godina). To nam je i ujedno pokazatelj da su to relativno mlada gospodarstva te da u Hrvatskoj tek sada ekološka poljoprivreda uzima maha i počinje se razvijati.

Tablica 15. Sudjelovanje na sljedećem Eko sajmu u Čazmi

	I*	%
DA	29	88
NE	4	12

Izvor: vlastito istraživanje

*Napomena: I-označava ispitanike anketnog upitnika

Tablica 15 prikazuje koliko će ispitanika sudjelovati na sljedećem sajmu u Čazmi. Sljedeći sajam u Čazmi posjetit će 29 ispitanika (88%), dok 4 ispitanika (12%) zbog posla te raznih drugih obaveza neće biti u mogućnosti doći na sajam.

5. ZAKLJUČAK

Eko sajam u Čazmi relativno je mladi sajam, održava se tek 3 godine, a na njemu prisustvuju ekološki proizvođači iz cijele Hrvatske. Najveći broj izlagača sajma dolazi i Bjelovarsko-bilogorske županije, što je i razumljivo s obzirom na to da se i Čazma nalazi u istoj županiji, no veliki broj ih je iz Međimurske županije, ima ih i iz Osječko-baranjske ali i iz Splitsko-dalmatinske županije. Asortiman proizvoda iznimno je velik i bogat, stoga se svatko trudi izložiti i ponuditi što više proizvoda. U ponudi se može naći svježe voće i povrće, sokovi, džemovi, pekmezi raznih okusa, ljekovito bilje, zimnice, proizvodi od žitarica, kozji sir, kupinovo vino, lavanda, med, matična mliječ, integralna brašna, ali i neki, ne toliko poznati proizvodi za koje su ljudi pokazali veliki interes kao npr. sušene buče koje mogu služiti kao tjestenina, batat, divlji krastavac, zimnica od divljeg krastavca, žele od aronije, rajčica u četiri boje, meksički mini krastavac, začim sličan Vegeti (začin Bake Vanje). Eko sajam u Čazmi odlikuje dobrom organizacijom i suradnjom različitih institucija u organiziranju od Udruge Eko kultura do Grada Čazme i Savjetodavne službe. Ovo su prepoznali i naši izlagači te ocijenili njihovu ulogu s ocjenom 5 (94% za Udrugu Eko kultura, 88% za Grad Čazmu i 78% za Savjetodavnu službu). Također, možemo napomenuti da veliki značaj u organizaciji ima i Super radio kao medijski pokrovitelj sajma i Turistička zajednica. Zadovoljstvo izražavaju i za vrijeme održavanja sajma, promociju i dodatne sadržaje na sajmu.

Da bi se privuklo što više posjetitelja smatraju da bi trebalo uvesti glazbu, organizirati koncert nekog poznatog estradnog izvođača ili grupe. Jedan od glavnih problema je neinformiranost o ekološkim proizvodima i njihovoj vrijednost, što se također odražava i na prodaju eko proizvoda na sajmu, gdje kupaca baš i nema. Ljudi posjećuju sajam radi interesa, što se tamo nudi i koga ima, ali ne i da bi kupili nešto. Iako naši proizvođači tj. izlagači na svojim štandovima nude degustaciju proizvoda ili proizvod pakiran u lijepu ambalažu, dijele razne recepte, vizitke i letke, rijetki su oni koji su zadovoljni prodajom na sajmu (28%). Izlagači rješenje vide u organiziranju edukacije od strane Savjetodavne službe, slikokazi u školi za djecu, organiziranje više ovakvih sajmova, kao što je primjer eko sajma u Opatiji koji se 2016. godine organizirao tri puta u godini, kao ljetni sajam u svibnju, jesenski u listopadu i zadnji u studenome. Problem eko sajma u Čazmi, koji se također ističe tijekom anketiranja je ne dolazak otkupljivača na sajam u Čazmu, pa 79% izlagača smatra da oni nisu upoznati s održavanjem sajma, ali kao uzrok tomu se navodi što je Čazma mali grad, ne

toliko poznat u Hrvatskoj te bi bolji izbor bio Bjelovar, koji je već poznat po sajmu u Gudovcu. Ističu da uglavnom poznaju sve izlagače na sajmu te dolaze na sajam radi druženja, no s druge strane 53% ispitanika bavi se ekološkom proizvodnjom u rasponu 6-10 godina pa smatraju da imaju dovoljno iskustva u toj proizvodnji. Izlaganjem na raznim sajmovima od Čakovca, Bjelovara, Ivanić Grada pa sve do Pule, Poreča i Dubrovnika izlagači smatraju da tako kupci dolaze do informacija o njihovim proizvodima. Internet prodajom koristi se polovica ispitanih izlagača.

S obzirom na odlično gostoprimstvo i ugodnu atmosferu, ali i u nadi da će građani grada Čazme prepoznati vrijednost ekoloških proizvoda u budućnosti, 88% izlagača potvrđuje svoj dolazak na idući eko sajam u Čazmi.

6. LITERATURA

1. Kisić, I. (2014.): Uvod u ekološku poljoprivredu, Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
2. Znaor, D. (1996.): Ekološka poljoprivreda, Nakladni Zavod globus, Zagreb
3. Slijepčević, V.(2002.): Ekološka proizvodnja sa Zakonom o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i pravilnicima, Saturn, Zagreb
4. Petljak, K.(2010.): Istraživanje kategorije ekoloških prehrambenih proizvoda među vodećim trgovcima hranom u Republici Hrvatskoj, Market tržište, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb
5. Petljak, K.(2011.): Pregled razvoja i obilježja ekološke poljoprivrede u Republici Hrvatskoj, Ekonomski vjesnik, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek
6. Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, (2011.): Akcijski plan razvoja ekološke poljoprivrede u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2011.-2016. Godine, Zagreb
7. Čížek, J.(1993.): Ekologijsko poljodjelstvo-znanost i praksa, socijalna ekologija, Odsjek za psihologiju, Filozofski fakultet, Zagreb
8. Bašić, F.(2008.): Mogućnost razvoja ekološke poljoprivrede u Sisačko-moslavačkoj županiji, Agronomski glasnik

Internet stranice:

3. Ministarstvo poljoprivrede: Broj fizičkih i pravnih osoba u ekološkoj poljoprivredi www.mps.hr/(20.11.2018.g.)
4. Ministarstvo poljoprivrede: Udio ekoloških površina u odnosu na ukupno korišteno poljoprivredno zemljište, www.mps.hr/(20.11.2018.g.)
5. Turistička zajednica bjelovarsko-bilogorske županije: Eko sajam u Čazmi, www.tzbbz.hr/manifestacije-bbz/bjelovar/bozicni_sajam.php(05.10.2016.g.)
6. PoljoMagazin: BIOFACH 2016.-Međunarodni sajam ekološke poljoprivrede (HR) www.poljomagazin.com/?p=7880(06.10.2016.g.)

7. Biofach–vodeći sajam organske poljoprivrede, <https://www.agroklub.rs/sajmovi.../biofach-vodeci-sajam.../29896...> (1.9.2018.g.)
8. Žmergo/Udruga Žmergo: Eko sajam Opatija, <http://zmergo.hr/category/eko-sajam/> (06.10.2016.g.)
9. AgroSmart - portal pametne poljoprivrede: Danska će biti sto posto organska, www.agrosmart.net (01.09.2017.g.)
10. Naslovnica/ Agrobiz: Tržište ekološke hrane raste: Najviše troše Švicarci-262 eura po stanovniku, www.agrobiz.hr/
11. Pazi što jedeš u Puli, www.pazistojedes.com/ (04.12.2018.g.)
12. 5. Eko sajam u Čazmi – Turistička zajednica grada Čazme, <https://www.tz-cazma.hr/5-eko-sajam-u-cazmi/> (04.12.2018.g.)

7. PRILOZI

Prilog 1. Anketni upitnik

Prilog 2. Popis izlagača za 2014.g.

Prilog 3. Popis izlagača za 2015.g.

ANKETA ZA IZLAGAČE EKO SAJMA U ČAZMI

Poštovani,

Kako bi Eko sajam u Čazmi poprimio šire razmjere i privukao izlagače iz većeg djela Hrvatske, pa i iz inozemstva, potrebno je utvrditi prednosti i nedostatke sajma, s naglaskom na mišljenje izlagača.

Stoga vas najljubaznije molim da ispunite anketu i odgovorite na sljedeća pitanja. Anketa je u potpunosti anonimna, a odgovore će na kraju istraživanja analizirati studentica Visokoga gospodarskog učilišta u Križevcima za potrebe izrade završnog rada.

Unaprijed zahvaljujemo!

SUDJELOVANJE NA EKO SAJMU U ČAZMI:

1. Jeste li sudjelovali na 1. eko sajmu u Čazmi?

a) Da

b) Ne _____

(navedite razlog –npr. neisplativost, vrijeme ili mjesto održavanja sajma, neinformiranost.....)

2. Jeste li sudjelovali na 2. eko sajmu u Čazmi?

a) Da

b) Ne _____

(navedite razlog –npr. neisplativost, vrijeme ili mjesto održavanja sajma, neinformiranost,.....)

3. Jeste li sudjelovali na sličnim ekološkim sajmovima u Hrvatskoj ili inozemstvu?

a) Da _____

b) Ne _____

(kojim)

KORISNOST/USPJEŠNOST SUDJELOVANJA NA EKO SAJMU

4. Jeste li sudjelovanjem na sajmu stekli nova iskustva koja su važna za vašu proizvodnju?

a) Ne

b) Da (navedite koja i jeste li ih primijenili u svojoj proizvodnji)

5. Jeste li sudjelovanjem na sajmu imali prilike stupit u kontakt s nekim otkupljivačima eko proizvoda?

a) Da (s koliko njih) _____

b) Ne

(što mislite zašto je tome tako, npr. je li Čazma premali grad za održavanje nekog sajma ili nešto drugo?)

6. Je li sudjelovanje na sajmu utjecalo na povećanje prodaje proizvoda?

- a) Ne
- b) Da

Ocijenite svoje zadovoljstvo povećanjem prodaje sudjelovanjem na sajmu

2 (nisam baš zadovoljan, prodao sam ali manje nego što sam očekivao)

3 (zadovoljan sam, jer sam prodao onoliko proizvoda koliko sam i planirao)

4 (prilično sam zadovoljan, jer sam prodao i više proizvoda od očekivanog)

5 (prilično sam zadovoljan, jer sam prodao više proizvoda od očekivanog i sklopio dodatne poslove)

MARKETING

7. Koje ste vi ekološke proizvode ponudili na sajmu?

8. Za koje su vaše ekološke proizvode posjetitelji bili najzainteresiraniji? Možete li procijeniti zašto?

9. Jeste li na neki drugi način pokušali privući posjetitelje (molimo zaokružiti):

- a) degustacijom,
- b) posebnim uređenjem štandova,
- c) posebnim pakiranjem proizvoda,
- d) izloženim posterom o vašem proizvodu ili vašem gospodarstvu
- e) djelatnici na štandu su nosili majice/bedževe sa oznakom mojeg gospodarstva
- f) zanimljivim sloganom (kojim) _____
- g) nešto drugo _____
- h) ništa od navedenog

10. Jeste li imali na štandu neke promocijske alate sa oznakom vašeg gospodarstva koje ste mogli podijeliti posjetiteljima sajma (molimo zaokružiti):

- a) vizitku,
- b) letak o vašim proizvodima ili o vašem gospodarstvu,
- c) penkalo/olovka
- d) privjesak
- e) upaljač
- f) vrećice
- g) nešto drugo _____
- h) ništa od navedenog

11. Možete li procijeniti koji su bili najčešći posjetitelji sajma (%)

- a) Kupci koji žele kupiti ekološke proizvode ili su zainteresirani za neku poslovnu suradnju _____ %

- b) „Izviđači“ (budući izlagači koji samo „snimaju“ konkurenciju i sajam kako bi procijenili hoće li sljedeće godine izlagati na tom sajmu) _____%
- c) „Šetači“ (posjetitelji koji dolaze po „ideje“ ili su samo došli informativno posjetiti sajam da vide što se nudi) _____%
- d) Školska posjeta _____%
- e) Netko drugi _____%

12. Jeste li tijekom sajma proveli za svoje vlastite potrebe neko istraživanje ili ste nešto novo naučili o svojim kupcima?

13. Smatrate li da su ljudi Grada Čazme, ali i šire okolice dovoljno informirani o održavanju sajma?

- a) Da
- b) Ne

14. Smatrate li da su ljudi dovoljno informirani o ekološkim proizvodima i njihovoj vrijednosti?

- a) Da
- b) Ne(koji način bi bio najpogodniji za takovo informiranje)

15. Što mislite, na koji način vaši kupci najčešće dolaze do informacije o vašem gospodarstvu, putem:

- a) Sajmova i izložba
- b) Osobne prodaje
- c) Izravnim oglašavanjem
- d) Raznim stručnim događanjima
- e) Internet prodajom
- f) Nešto drugo _____

16. Smatrate li da su potencijalni otkupljivači ekoloških proizvoda upoznati s održavanjem Eko sajma u Čazmi?

- a) Da
- b) Ne

BUDUĆI PRIJEDLOZI ZA ODRŽAVANJE SAJMA

17. Kojom ocjenom biste ocijenili lokaciju održavanja sajma:

1 2 3 4 5

Mislite li da bi neka druga lokacija bila pogodnija (koja) _____

18. Kojom ocjenom biste ocijenili organizaciju održavanja sajma:

1 2 3 4 5

19. Koliko ste bili zadovoljni sa:

- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| a) Komunikacijom s organizatorima prije početka sajma | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | | | | |
| b) Dobivenim izlagačkim prostorom | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | | | | |
| c) Vremenom održavanja sajma | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | | | | |
| d) Promocijom sajma | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | | | | |
| e) Dodatnim sadržajima na sajmu | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | | | | |

20. Možete li procijeniti ulogu institucija koje bi trebale sudjelovati u organizaciji budućeg Eko sajma u Čazmi:

- | | | | | | |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|
| a) Udruga Eko kultura | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b) Grad Čazma | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| c) Savjetodavna služba | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d) Bjelovarsko-bilogorska županija | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| e) Netko drugi _____ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

21. Kako bi ocijenili popratne sadržaje koji su se odvijali u sklopu eko sajma u smislu koliko ti sadržaji doprinose atraktivnosti samog sajma?

- 1 – ne doprinose atraktivnosti sajma 2 – djelomično doprinose atraktivnosti sajma
3 – i doprinose i nedoprinose atraktivnosti sajma 4 – značajno doprinose atraktivnosti sajma
5 – u potpunosti doprinose atraktivnosti sajma 0 – uopće nisam primijetio/la te sadržaje

- | | | | | | | |
|-------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| a) Degustacije u eko-kuhinji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
| b) Radionice zdrave hrane | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
| c) Sadržaji namijenjeni djeci | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
| d) Nešto drugo _____ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |

22. Koje biste dodatne sadržaje predložili kako bi se privuklo još više posjetitelja na eko-sajam?

OSNOVNI PODACI O GOSPODARSTVU

23. Koliko se već dugo bavite proizvodnjom ekoloških proizvoda?

24. Iz koje ste županije _____

25. Hoćete li i druge godine biti sudionik eko sajma u Čazmi?

- a) Da
b) Ne _____ (razlog)

IZLAGAČI 2014. GODINE:

1. OPG BRANKA PAVLOVIĆ
2. OPG PAUŠIĆ DARINKA
3. OPG VUKOJEVIĆ ŽELJKO
4. OPG KATA MILOVIĆ
5. RAD KOM D.O.O. – RADEČIĆ BRANKA
6. OPG KREŠIMIR SIMON
7. OPG TEREZIJA NAKANI
8. OPG HLEVNJAK STJEPAN
9. OPG DIKTIĆ LJILJANA
10. OPG ZLATKO ČANĐAR
11. OPG MIRA CUG
12. OPG ZLATNO POLJE – BILEK VITOMIR
13. LABORAMA D.O.O – RADANEC MARIJAN
14. OPG TRGOVAC VANJA
15. OPG MIKIĆ SRĐAN
16. OPG MIHALJEVIĆ ALMA
17. OPG PINTAR DRAŽEN
18. OPG ŠEGOVIĆ
19. OPG HRANJEC MAGDALENA
20. OPG NOVAK VIKTOR I VESNA
21. OPG TURK JAGODA
22. OPG POSEL VLADO
23. OPG SENČAR DRAGUTIN

24. OPG SABOL JOSIP
25. OPG ROŽIĆ – ŠIBIĆ VESNA
26. OPG LOBODA MAČAJ
27. OPG KNEZIĆ GORDANA
28. OPG MIŠIR MIHAELA
29. OPG BUDROVČAN
30. OPG PEREGLIN RUDOLF

Izvor: Savjetodavna služba

Prilog 3. Popis izlagača 2015.g.

1. OPG IRA BRANILOVIĆ
2. OPG ZVIJEZDANA KROG – ŠARE
3. OPG SABOL JOSIP
4. OPG LENAC LOVRO
5. OBRT JAMBREŠIĆ ZDENKO
6. SMID STANCARIĆ MIRJANA
7. OPG PINTAR DRAŽEN
8. OPG JANKOVIĆ STANKO
9. OPG SENČAR DRAGUTIN
10. OPG ALMA MIHALJEVIĆ
11. OPG MAČAJ LOBODA
12. OPG ROŽIĆ-ŠIBIĆ VESNA
13. OPG KUFTIĆ NENAD
14. „LABORAMA“ MARIJAN RADANEC
15. OPG DIKTIĆ LJILJANA
16. OPG TRGOVAC
17. OPG PAVLOVIĆ BRANKA
18. RAD – KOM RADEČIĆ BRANKA
19. OPG ČANĐAR ZLATKO
20. OPG ZEC RANKO
21. OPG NAKANI TEREZIJA
22. OPG MILOVIĆ KATA
23. OPG PAUŠIĆ DARINKA
24. OPG CUG MIRA
25. OPG BUDROVČAN IVICA
26. OPG MIŠIR MIHAELA
27. UNICHEM AGRO SEKULIĆ MILICA
28. HLADNIĆ DEJAN
29. EKOMEDO – OPG BAN DAMIR
30. OPG VUKOJEVIĆ ŽELJKO
31. OPG MEANDŽIJA RADE

Izvor: Savjetodavna služba

SAŽETAK

Ekološka poljoprivreda poljoprivredna je proizvodnja koja ne koristi agrokemikalije. Osnovna načela takve proizvodnje ukazuju na pravilnu obradu tla, poštivanje plodoređa, sadnja raznih sorti, očuvanje biološke raznolikosti te sve manja ovisnost o industriji i iskorištavanju obnovljivih izvora energije.

Eko sajmovi su manifestacije koje okupljaju proizvođače eko proizvoda kako bi izravnom prodajom kupcima ponudili svoje proizvode. Održavaju se cijelu godinu diljem Hrvatske. Održavanjem ovakvih manifestacija želi se ljude upoznati s drukčijim načinom proizvodnje proizvoda koja se sve više širi u Hrvatskoj te kvalitetnijom i zdravijom hranom. Eko sajam koji se istraživao u ovom radu je relativno mlad sajam u Čazmi, koji okuplja oko 30-ak proizvođača iz cijele Hrvatske. Bogati asortiman proizvoda, dobra lokacija te razni dodatni sadržaji privlače mnoge Čazmance da posjete sajam i okuse kvalitetu eko proizvoda.

Da bi se utvrdile prednosti, ali i nedostaci Eko sajma u Čazmi, provedena je anketa s 34 izlagača. Anketa je provedena putem elektroničke pošte, osobno i telefonskim kontaktom. Rezultati ankete pokazali su zadovoljstvo izlagača organizacijom sajma, lokacijom, dodatnim sadržajima koji se nude na sajmu te uključenosti različitih institucija u organizaciju sajma. Kao glavni nedostaci navode se općenito nedovoljna edukacija stanovništva o ekološkim proizvodima koja dovodi do problema prodaje proizvoda i relativno mala posjećenost sajma možebitno iz razloga što Čazma nije veliki niti poznat grad, kao npr. Pula, Čakovec, Poreč, Dubrovnik te slični gradovi u kojima se održavaju slične manifestacije.

Stoga smjernice razvoja Eko sajma u Čazmi trebaju ići u smjeru poboljšanja marketinških aktivnosti kako bi se privukao veći broj posjetitelja, možda i otkuplivača. Grad Čazma ima kapacitete za održavanje analiziranog sajma, ali i stručnjake za takve aktivnosti. S obzirom da je Čazma mali grad s manje stanovnika, postoji prednost kvalitetnijeg educiranja svojih građana, nego što je slučaj u većim gradovima. Kroz rad je razvidno da su u organizaciji sajma sudjelovale razne institucije, a njihov trud je potvrđen zadovoljstvom izlagača. Iz svih tih razloga može se zaključiti kako Eko sajam u Čazmi ima mogućnost širiti se i razvijati te steći „slavu“ kao i ostali eko sajmovi u Hrvatskoj.

KLJUČNE RIJEČI: ekološka proizvodnja, eko sajam, ekološki proizvodi