

ISTRAŽIVANJE PREFERENCIJA POTROŠAČA PREMA POJEDINIM NAMIRNICAMA ORGANSKOG POREKLA

Julijana Mijajlović¹, Borislav Rajković², Vlade Zarić³

Izvod: Pored toga što postoje povoljni uslovi za organsku proizvodnju, činjenica je da je ponuda sertifikovanih organskih proizvoda poreklom iz Republike Srbije još uvek skromnih razmera. U praksi se često nailazi na mišljenje da potrošači u Srbiji preferiraju organske u odnosu na konvencionalne proizvode. Kako bi se ocenila navedena tvrdnja izvršeno je istraživanje stavova potrošača u Kraljevu, gde je proizvodnja, ali i tržište organskim proizvodima u povoju, tako da se ovaj grad može smatrati reprezentativnim za područje Centralne Srbije.

Cilj ovog rada je bio da se utvrde navike i stavovi potrošača vezani za kupovinu i potencijalnu tražnju pojedinih namirnica organskog porekla. Značaj ovog rada ogleda se u tome što može poslužiti za stvaranje okvira za organsku proizvodnju, što može biti smernica drugim istraživačima, institucijama, ali i potencijalnim proizvođačima organskih proizvoda u smeru daljeg razvoja organske proizvodnje.

Ključne reči: potrošači, organski proizvodi, Kraljevo

Uvod

Organska proizvodnja jeste proizvodnja poljoprivrednih i drugih proizvoda koja se zasniva na primeni metoda organske proizvodnje u svim fazama proizvodnje, a koja isključuje upotrebu genetički modifikovanih organizama i proizvoda koji se sastoje ili su dobijeni od genetički modifikovanih organizama (Zakon o organskoj proizvodnji 2010.). Brend organskih poljoprivrednih proizvoda poseduje specifične karakteristike koje ga značajno razlikuju od proizvoda koji su proizvedeni u sistemu konvencionalne poljoprivrede (Vlahović i sar. 2014). Ovim radom želi se utvrditi odnos potrošača prema pojedinim vrstama organskih proizvoda, način i učestalost kupovine organskih proizvoda. Odnos potrošača prema pojedinim vrstama organskih proizvoda određuju i brojni individualni faktori ispitanika kao što su godine starosti, visina mesečnih primanja po članu domaćinstva, stepen obrazovanja.

¹ Julijana Mijajlović, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet Zemun, Nemanjina 6, Beograd, Srbija (mijajlovicjulijana@gmail.com)

² Borislav Rajković, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet Zemun, Nemanjina 6, Beograd, Srbija (borislav.rajkovic@gmail.com)

³ Dr Vlade Zarić, redovni profesor, Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Beogradu, Zemun, Nemanjina 6, Srbija (vzarić@agrif.bg.ac.rs)

Materijal i metode rada

Istraživanje je sprovedeno tokom meseca septembra i oktobra 2014. godine u Kraljevu, putem anketnog upitnika, gde su ispitanici samostalno odgovarali na pitanja. Na ovaj način dobijeni su objektivni podaci, a pored toga, istraživanje putem anketnog upitnika na terenu pruža mogućnost da dobijeni podaci budu relevantniji u odnosu na istraživanja putem on line anketa, u smislu da se uzima u obzir i mišljenje osoba koje ne koriste internet iz različitih razloga. Obrada podataka, statistički pokazatelji i grafički prikazi izvršeni su primenom Excel programa.

Rezultati istraživanja i diskusija

Ukupan broj ispitanika koji je učestvovao u ovom istraživanju je 143, gde je 60,27% osoba ženskog i 39,73% osoba muškog pola. Starosnu strukturu ispitanika najvećim delom čine osobe između 26 i 35 godina starosti sa učešćem od 40,56%, osobe između 46 i 55 godina sa 16,78%, zatim osobe do 25 godina sa 16,08%, osobe između 36 i 45 godina sa 14,69% i ispitanici preko 55 godina starosti u ukupnom uzorku učestvuju sa 11,89%. Osobe koje imaju manje od 18 godina nisu uključene u istraživanje iz razloga što se smatra da odluke o kupovini namirnica za ishranu ne donose samostalno.

Obrazovnu strukturu ispitanog uzorka najvećim delom čine osobe sa završenom srednjom stručnom spremom i to 44,06% ispitanika, zatim osobe sa visokim obrazovanjem 40,56%, osobe sa završenom višom stručnom spremom 11,89%, dok je najmanje učešće osoba sa osnovnim obrazovanjem od 3,5% u ukupnom broju anketiranih osoba.

Do 20.000 dinara mesečnog prihoda po članu domaćinstva ima jedna trećina ispitanika, između 20.000 i 35.000 dinara prihoda po članu domaćinstva mesečno ima 41,96% ispitanih, zatim od 35.000 do 50.000 dinara ima 16,78%, između 50.000 i 65.000 dinara ima samo 2,8% i preko 65.000 dinara 4,9% anketiranih osoba.

Rezultati ovog istraživanja pokazuju da 55% anketiranih osoba kupuje organske proizvode. Strukturu anketiranih osoba koje kupuju organske proizvode, prema polu čini 53,57% osoba ženskog i 46,43% osoba muškog pola. Među potrošačima, naročito u nerazvijenim zemljama i zemljama u razvoju, još uvek je prisutna određena doza nerazumevanja stvarnog značenja organske proizvodnje a time i hrane koju ona proizvodi (Semir Vehapi 2014). Kao najčešći razlog kupovine organskih proizvoda, čak 50% ispitanika je navelo brigu o zdravlju. Drugo mesto po značajnosti, koje kupce opredeljuje na kupovinu organskih proizvoda, zauzimaju tvrdnje kupaca da su organski proizvodi boljeg kvaliteta, ali i da organski način proizvodnje doprinosi očuvanju životne sredine (Zarić V. i Mijajlović J. 2014.).

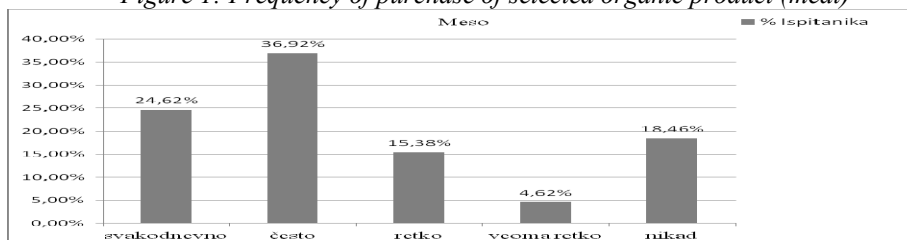
Kupovina organskih proizvoda ne može se vezati za kupce određene starosne dobi. Dobijeni rezultati pokazuju sledeću starosnu strukturu kupaca organskih proizvoda: do 25 godina starosti 20,83% kupaca, između 26 i 35 godina 16,67% kupaca, između 36 i 45 godina 20,83%, između 46 i 55 godina 18,75% kupaca i 22,92% kupaca preko 55 godina starosti. Najveći broj anketiranih osoba koje kupuju organske proizvode ima završeno visoko obrazovanje i to 41,18%. Među kupcima organskih proizvoda najmanje

je učešće (7,69%) osoba koja imaju najniža mesečna primanja po članu domaćinstva (do 20.000 dinara). Mesečna primanja između 35.000 i 50.000 dinara po članu domaćinstva ima najveći procenat ispitanih (30,77%).

U ovom radu akcenat je stavljen na istraživanje i analizu učestalosti kupovine, ali i potencijalne kupovine pojedinih vrsta organskih proizvoda. Potencijalna kupovina razmatrana je iz razloga što se u radu polazi od pretpostavke da je tržište slabo snabdeveno organskim proizvodima, tako da se pitanje odnosi i na potencijalne preferencije potrošača. Ovde je potrebno naglasiti da su pri oceni učestalosti kupovine ili potencijalne kupovine pojedinih vrsta namirnica uzeti u obzir i ispitanici koji ne kupuju organske proizvode. Razlog za to je upravo slaba snabdevenost tržišta i skroman asortiman organskih proizvoda.

Grafikon 1: Učestalost kupovine pojedinih vrsta organskih proizvoda (meso)

Figure 1: Frequency of purchase of selected organic product (meat)

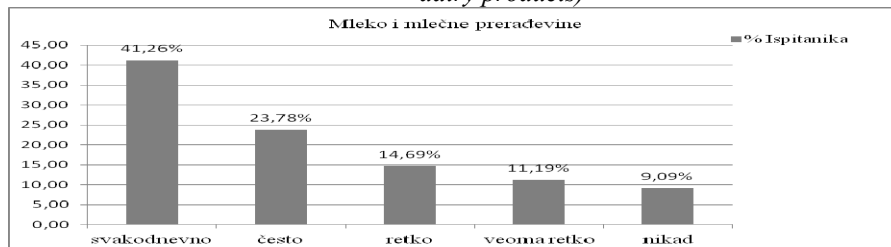


Izvor: Sopstveno istraživanje

Meso proizvedeno po principima organske proizvodnje 36,92% anketiranih osoba često kupuje ili bi kupovalo, dok bi 24,62% kupovalo ili kupuje svakodnevno (Grafikon1). Među osobama koje svakodnevno kupuju ili bi kupovale organske proizvode blagu prednost imaju osobe muškog pola 50,82%. U starosnoj strukturi svih onih koji su se izjasnili da bi organske proizvode kupovali svakodnevno ili često preovlađuje kategorija do 26 godina (26%).

Grafikon 2: Učestalost kupovine pojedinih vrsta organskih proizvoda (mleko i mlečne prerađevine)

Figure 2: Frequency of purchase of selected organic products (milk and dairy products)



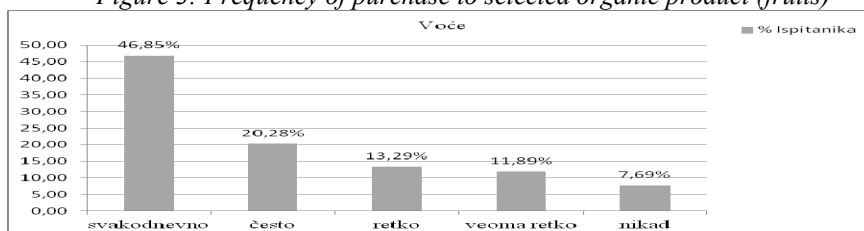
Izvor: Sopstveno istraživanje

Kao što se može videti na Grafikonu 2, 41,28% ispitanika bi mleko i mlečne proizvode organskog porekla, kupovalo svakodnevno, dok bi 23,78% ispitanika kupuje ili bi kupovalo često. Od ukupnog broja ispitanika 9,09% nikada ne bi kupovalo mleko i mlečne proizvode organskog porekla. U polnoj strukturi onih koji su se izjasnili da bi svakodnevno ili često kupovali veće učešće imaju osobe ženskog pola (52,38%) mleka i mlečnih proizvoda u odnosu na osobe muškog pola, od kojih je najveći broj (26,42%) starije od 55 godina.

Dobijeni rezultati pokazuju da je voće organskog porekla veoma poželjna namirnica sa stanovišta potrošača (Grafikon 3). Svakodnevnu kupovinu voća organskog porekla obavlja ili bi obavljalo 46,85% ispitanika, čestu kupovinu obavlja ili bi obavljalo 20,28% ispitanika, dok 7,69% nikada ne bi kupovalo. Kao kupci, odnosno potencijalni kupci koji svakodnevno kupuju organski proizvedeno voće je 56,92% osoba ženskog pola, gde je podjednako učešće od 23% starosne dobi više od 55 godina i između 26 i 55 godina.

Grafikon 3: Učestalost kupovine pojedinih vrsta organskih proizvoda (voće)

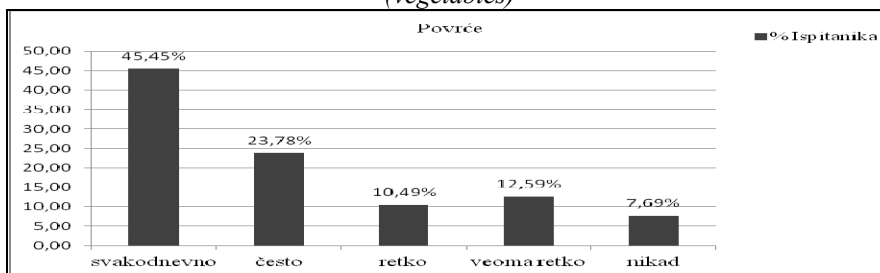
Figure 3: Frequency of purchase to selected organic product (fruits)



Izvor: Sopstveno istraživanje

Grafikon 4: Učestalost kupovine pojedinih vrsta organskih proizvoda (povrće)

Figure 4: Frequency of to date or potential purchase of selected organic product (vegetables)



Izvor: Sopstveno istraživanje

Približan stav kao prema voću organskog porekla, potrošači imaju prema organskom povrću (Grafikon 4). Kupovinu povrća organskog porekla nikada ne obavlja ili ne bi obavljalo 7,69% ispitanika, dok bi svakodnevnu kupovinu obavljalo ili obavlja 45,45% ispitanika, a čestu kupovinu 23,78% ispitanika. U ovom slučaju, među kupcima,

odnosno potencijalnim kupcima organskih proizvoda nešto veću prednost imaju osobe ženskog pola 58,82% u odnosu na osobe muškog pola.

Zaključak

Organske proizvode kupuje 55% anketiranih osoba, među kojima je najveći broj sa završenim visokim obrazovanjem i to 41,18%. Voće proizvedeno po principima organske proizvodnje je namirnica koja se najčešće kupuje i prema kojoj potrošači ispoljavaju preferencije u odnosu na ostale organske proizvode. Osobe muškog pola imaju blagu prednost u svakodnevnoj kupovini mesa (50,82%) u odnosu na osobe ženskog pola, dok kupovinu mleka i mlečnih proizvoda (52,38%), voća (56,92%) i povrća (58,82%) najčešće obavljaju osobe ženskog pola.

Literatura

Zakon o organskoj proizvodnji ("Službeni glasnik RS", broj 30/10 od 7.5.2010. god.)
dostupno na:

<http://www.dnrl.minpolj.gov.rs/download/dokumenta/organska.pdf> (19.1.2015.)

Vlahović B., Šojić S. (2014) Lojalnost potrošača- indikator vrednosti brenda organskih poljoprivrednih proizvoda, *Agroekonomika* Vol. 43 Broj 61- 62, Novi Sad, str. 109-118

Vehapi S.(2014) Faktori razvoja ponude organske hrane u Srbiji, *Marketing* Vol. 45, godina 2014, broj 1, str. 75-85

Zarić V., Mijajlović J. (2014) Stavovi potrošača prema organski proizvedenim proizvodima, *Agroekonomika* Vol. 43 Broj 63-64, Novi Sad str. 136-144

RESEARCH OF CONSUMER’S PREFERENCES FOR SELECTED ORGANIC GROCERIES

Julijana Mijajlović¹, Borislav Rajković², Vlade Zarić³

Abstract

Despite the favorable conditions for organic production, the domestic supply of certified organic products is still modest. In practice, the opinion is that Serbian consumers prefer organic to conventional products. To estimate this hypothesis research on consumer attitudes was carried out. The survey was conducted in the city of Kraljevo, where production and market of organic products is on the early development stage, so that it can be regarded as a representative area of Central Serbia.

The aim of this study was to determine the habits and attitudes of consumers related to the purchase and potential demand of certain organic foods. The significance of this work lies in the fact that it could be used to determine the framework for organic production; it could be usefull to other researchers, institutions, and also to potential producers of organic products in the direction of further development of organic production.

Keywords: consumers, organic products, Kraljevo

¹ Julijana Mijajlović, Graduate Manager, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Institute of agrieconomy, mijajlovicjulijana@gmail

² Borislav Rajković, Graduate Manager, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Institute of agrieconomy, mijajlovicjulijana@gmail

³ Vlade Zarić, PhD Professor, University of Belgrade, Faculty of Agriculture, Nemanjina 6 Zemun, Serbia, E-mail: vzarić@agrif.bg.ac.rs