*Ljubica Ranogajec, Snježana Tolić, Lidija Maurović Koščak*

*Poljoprivredni fakultet u Osijeku*

e-mail: lranogaj@pfos.hr

**Aspects of social awareness on organic food production and consumption in eastern Croatia**

Organic food production is a farming system that produces food, without the use of chemicals and GMOs, based on the principle of sustainability. Organic farming is more than food production. It is an important aspect of the relationship to nature, a social movement and a way of life. The increase in the market for organically produced food as well as the increase of agricultural land under organic farming is rising, both in the world and in Croatia.

The aim of this paper is to present the results of research aspects of social awareness Croatian producers and consumers related to organic food and production of organic products. Public opinion survey regarding attitudes about consuming organic food products was conducted as part of the EU program for Croatia IPA IV - Human Resources Development through the project called "Eco Horty Lab."

The survey found that the term "organic food" for most respondents means food produced without pesticides, chemical fertilizers and without genetic modification. A third of those surveyed rarely buy organic food, while 20% of them said that they produce it. Residents of urban areas, much more often buy organic food than those from rural areas, mostly on the markets. It was found that the vast majority of it is due to the perception that organic products are healthier than those produced in the conventional way. The main reason for non-buying of such products is too high price. The attitude that those products are healthier and tastier than those produced in the conventional way is widespread among all respondents, who are otherwise generally expressed a positive attitude towards organic-production and organic-products. About 80% of respondents declarative support local food producers from different reasons, and their knowledge of organic topics most respondents estimated as solid.

**Keywords**: organic food production and consumption of organic food

Ljubica Ranogajec, Snježana Tolić, Lidija Maurović Košćak

Poljoprivredni fakultet u Osijeku

e-mail: lranogaj@pfos.hr

**Aspekti društvene svijesti istočne Hrvatske o ekološkoj proizvodnji i potrošnji hrane**

1. **UVOD**

Ekološka poljoprivreda je sustav poljoprivrednog gospodarenja koji teži etički prihvatljivoj, ekološki čistoj, socijalno pravednoj i gospodarski isplativoj poljoprivrednoj proizvodnji, što podrazumijeva kompletan i kompleksan odnos čovjeka prema prirodi i okolišu pri čemu se ne radi samo o hrani, nego i o kvalitetnom odnosu prema tlu, vodi, atmosferi, biljkama, životinjama i ljudima kao sastavnom dijelu sredine u kojoj žive.

Kao dio koncepta održivog razvoja, ekološka poljoprivreda podrazumijeva proizvodnju zdrave hrane kao značajni aspekt odnosa prema prirodi koji treba nadopuniti i ostalim ljudskim aktivnostima: boravkom i radom u prirodi, sportom, rekreacijom, zabavom, uređenjem okoliša, obogaćivanjem biljnih i životinjskih vrsta, otklanjanjem i biološkom preradom otpada, usklađivanjem i poboljšanjem uvjeta života za sve sudionike u skladu s prirodnim zakonima i što manjom uporabom sintetičnih materijala.

Ekološka proizvodnja se uklapa u koncept održivoga razvoja jer čitavim nizom mjera koje obuhvaćaju ukupno gospodarenje, teži ekološki čistoj, gospodarski isplativoj, etički prihvatljivoj i socijalno pravednoj poljoprivrednoj proizvodnji

Cilj ovog rada je predočiti rezultate istraživanja aspekata društvene svijesti hrvatskih proizvođača i potrošača vezanih uz ekološku hranu i proizvodnju ekoloških proizvoda.

Ispitivanje javnog mnijenja vezano uz stavove o konzumiranju ekoloških prehrambenih proizvoda, provedeno je kao dio programa Europske unije za Hrvatsku IPA IV – Razvoj ljudskih potencijala pod nazivom projekta „Eco Horty Lab“ kojeg zajednički provode Poljoprivredni fakultet u Osijeku i Srednja škola „Matije Antuna Reljkovića“ iz Slavonskog Broda na području triju najistočnijih županija Republike Hrvatske.

1. **METODE ISTRAŽIVANJA**

Istraživanje je provedeno metodom telefonskog anketiranja na uzorku od 400 slučajno odabranih kućanstava na području Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske i Brodsko-posavske županije. Kućanstva su odabrana pomoću generatora slučajnih brojeva. Uzorak je bio stratificiran po županijama, što znači da je udio kućanstava različitih županija i u uzorku odgovarao njihovom udjelu prema Popisu stanovništva iz 2011. godine[[1]](#footnote-1). Raspodjela ispitanika po županijama je sljedeća:

* Osječko-baranjska sa 190 ispitanika (ili 47,5% od ukupnog broja)
* Vukovarsko-srijemska sa 111 ispitanika (ili 27,8% od ukupnog broja)
* Brodsko-posavska sa 99 ispitanika (ili 24,8% od ukupnog broja)

Segmentiranje uzorka temelji se na podjeli ispitanika na urbano i ruralno stanovništvo. Njihov međusobni omjer odražava stvarno stanje ove tri županije gdje je omjer urbanog i ruralnog stanovništva otprilike 45:55[[2]](#footnote-2). Stoga se u uzorku nalazi po 200 ispitanika iz urbanih i ruralnih sredina jer je jedan od ciljeva ovog istraživanja bio i procijeniti razliku u svim ovim dimenzijama između te dvije skupine ispitanika.

U svakom je kućanstvu anketirana samo ona osoba koja je zadužena za kupovinu prehrambenih proizvoda ili ona koja donosi odluku o tome. Stoga su prisutne i određene disproporcije kada je u pitanju populacija ovog područja s obzirom na socio-demografska obilježja ispitanika.

Podatci su prikupljeni u ožujku 2013. godine s centralne lokacije u Osijeku. Upitnik je sadržavao 19 pitanja; u nekim pitanjima od ispitanika se tražio samo jedan, a u nekim je ispitanik mogao/la odabrati jedan ili više odgovora. Podatci obrađeni odgovarajućim statističkim metodama i modelima kako bi se ispunili navedeni ciljevi istraživanja. Svi su podatci prošli statističko testiranje (na razini α=0,05) kako bi se mogli generalizirati s uzorka na populaciju. Upitnik je sadržavao i set demografskih pitanja (dob i spol ispitanika, mjesečni prihod po članu kućanstva, stupanj obrazovanja, tip kućanstva (samačko ili obiteljsko) te radni status. Navedene varijable omogućile su utvrđivanje eventualnih razlika među pojedinim kategorijama građana u njihovim odgovorima na pitanja u ovom upitniku.

1. **REZULTATI I RASPRAVA**

Zbog degradacije tla značajno se smanjuje proizvodni kapacitet zemlje. Pogrešnim gospodarenjem i prevelikim iscrpljivanjem već je gotovo 40% obradivih površina dovedeno u stanje smanjene plodnosti. Posljedica toga je da se svake godine u svijetu napusti 5 do 6 milijuna hektara obradive zemlje. Neki od glavnih uzroka tomu opadanju kvalitete jesu prevelika proizvodnja, neprikladno gospodarenje tlom i vodom, sječa šuma, odsutnost plodoreda, neumjerena uporaba umjetnih gnojiva i drugih kemijskih tvari, kao i uporaba neprikladnih poljoprivrednih strojeva.

(<http://www.mzoip.hr/doc/publikacije/Odrziva_potrosnja_i_proizvodnja.pdf>, 2013)

Za razliku od većine ostalih ljudskih djelatnosti, poljoprivreda je istovremeno i uzročnik i žrtva klimatskih promjena. Prilagodba na klimatske promjene u sektoru poljoprivrede također može uključivati i promjenu načina gospodarenja i poljoprivredne prakse (npr. izbor sorti i pasmina, sredstava za zaštitu bilja, datuma sjetve, korištenje drugačije mehanizacije, izgradnju objekata za prikupljanje i skladištenje vode, i dr.). Snažniji razvitak ekološke poljoprivrede bio bi značajan doprinos prilagodbi na klimatske promjene.

(<http://www.znaor.eu/uploads/3/4/5/0/3450713/klima_i_poljoprivreda.pdf> , 2013)

Ekološka poljoprivreda nije samo poljoprivreda (proizvodnja hrane), koja je ekološka. Pored uže definiranih poljoprivrednih tehnika i metoda, u ekološkoj poljoprivredi se ogleda postmoderni svjetonazor, stil života, te dio šireg društvenog pokreta kojim se ukazuje na potrebu i mogućnost korjenitih promjena u svim sferama društva, u cilju povećanja kvalitete života za sve ljude (Puđak, Bokan, 2011:3).

Prema Cifriću (2003:15), ekološka je poljoprivreda društvena inovacija i valja je shvatiti kao:

* Odustajanje od dominacije proizvodne paradigme industrijske poljoprivrede
* Mogućnost dodatnog zapošljavanja radne snage na obiteljskom gospodarstvu
* Pogodnost proizvodnje kvalitetnih proizvoda na malim površinama
* Poticaj razvoju „zatvorenih“ sustava proizvodnje, s većim korištenjem prirodne energije i organskih procesa

Porast tržišta za ekološki proizvedenom hranom kao i porast poljoprivrednih površina pod ekološkim (organskim) uzgojem upućuju na ubrzan razvoj ekološke poljoprivrede u Europi i Svijetu, koja ne samo da daje vrijedan doprinos zaštiti okoliša nego osigurava razvoj ruralnih zajednica (Batelja Lodeta i sur. 2011:2)

Interes za ekološku proizvodnju u Republici Hrvatskoj je u znatnom porastu, što potvrđuju brojke o porastu površina u ekološkoj poljoprivredi (tablica 1) od 3.506 ha u 2003. godini na 32.035,80 ha u 2011. godini i ukupno 1.494 proizvođača zaključno sa 2011. godinom.

**Tablica 1.** Površine u ekološkoj proizvodnji

Izvor: <http://www.mps.hr/default.aspx?id=6184> (19.04.2013.)

Iako malo zastupljena, ekološka proizvodnja ima tendenciju porasta, kako broja proizvođača tako i površina pod ekološkom proizvodnjom. Udio površina u ekološkoj proizvodnji u odnosu na ukupne obradive površineu Republici Hrvatskoj iznosi 2,46 %, a cilj je porast udjela površina pod ekološkom, poljoprivredom u ukupnim poljoprivrednim površinama u Hrvatskoj do 8% u 2016. godini (Akcijski plan razvoja ekološke poljoprivrede u Republici Hrvatskoj 2011.-2016. godine, 2010. str.12).

Prepoznajući važnost ekološke proizvodnje hrane, definirani su specifični ciljevi ovog istraživanja koji su uključivali identifikaciju:

* percepcije ekološke hrane (ključni pojmovi koje potrošači vezuju uz pridjev „ekološka“);
* frekventnost kupovine ekoloških prehrambenih proizvoda uopće, kao i učestalost kupovine pojedinih prehrambenih proizvoda ovog tipa;
* razloge zbog kojih potrošači kupuju/ne kupuju ovakve proizvode;
* stavove građana o pojedinim dimenzijama ekoloških proizvoda;
* mjesta na kojima ispitanici obično kupuju ekološke proizvod
* percepcija oznake „ekološki proizvod“

Najviše je ispitanika u dobi od 60 i više godina (njih 38,7%), zatim u dobi od 45-59 godina (njih 32,4%), osobe između 30 i 44 godine (19,6%) te naposljetku osobe u dobi od 18 do 29 godina (9,3%). Ovakva distribucija po dobi je bila očekivana budući da je uobičajeno da su za odluku o kupovini prehrambenih proizvoda zadužene starije osobe unutar kućanstava, a značajan je i broj samačkih kućanstava u kojima živi samo jedna starija osoba.

**Grafikon 1.** Dob ispitanika **Grafikon 2.** Stupanj obrazovanja

Među anketiranima je bilo 68,2% žena te 31,8% muškaraca. Ovakav nerazmjer po spolu pokazuje da unutar većine ispitanih kućanstava žene vrše nabavku prehrambenih proizvoda i/ili donose odluku o njihovoj kupovini. Prema stupnju obrazovanja ispitanici su distribuirani na način prikazan u grafikonu 3.

Većina ispitanika ima završenu trogodišnju ili četverogodišnju srednju školu (njih 58,5%), zatim nezavršenu ili završenu osnovnu školu (njih 22,0%), dok je udio visokoobrazovanih ispitanika u uzorku bio 19,5%. Ovakvi postotci približno odgovaraju i obrazovnoj strukturi punoljetnog stanovništva ovih triju županija.

Radni status ispitanika prikazan je u grafikonu 3.

**Grafikon 3.** Radni status ispitanika

Među anketiranim kućanstvima 84,9% njih su obiteljska, višečlana kućanstva, dok je preostalih 15,1% kućanstava samačkih. Ovakav omjer kućanstava na ovom području vjerno preslikava i stvarni omjer u ukupnoj populaciji, što pokazuje da se na ovom uzorku mogu ekstrapolirati stavovi i navike građana s područja ovih triju županija.

Posljednje promatrano socio-demografsko obilježje bilo je prihod kućanstva izražen kao ukupni mjesečni prihod po članu kućanstva. Iz donjeg se grafikona vidi da velika većina kućanstva raspolaže sa prihodima koji se kreću od 1.000 do 3.000 kuna po osobi (njih 60,6%), a da je udio kućanstva sa prihodima većim i manjim od toga približno jednak. Dodatnom analizom utvrđeno je da je distribucija ovakvih prihoda gotovo jednaka i u samačkim i u obiteljskim kućanstvima.

**Grafikon 4.** Prihodi po članu kućanstva

Iz gore navedenog, može se zaključiti da o kupovini prehrambenih, pa tako i ekoloških proizvoda u kućanstvima uglavnom odlučuju žene, a u kućanstvima koja se sastoje od više generacija odluku o tome donose najstarije osobe ženskog spola. Većinu anketiranih kućanstava čine višečlana kućanstva, a najveći broj njih raspolaže s mjesečnim primanjima koja se kreću između 1.000 i 3.000 kuna po članu kućanstva.

* 1. Percepcija i konzumacija ekološke hrane

U ovom dijelu istraživanja pokušalo se saznati što sve ispitanici podrazumijevaju pod ekološkom hranom i proizvodnjom: koje ključne pojmove povezuju s takvom hranom, zatim i koliko ju često kupuju, koju vrstu namirnica i iz kojih ju razloga kupuju, odnosno ne kupuju.

Prvim se pitanjem u anketi željelo utvrditi što sve ispitanici smatraju pod pojmom „ekološke hrane“. Ispitanici su mogli dati više odgovora, no izdvojila su se svega dva odgovora sa značajnim frekvencijama: ***za ¾ ispitanika to je hrana proizvedena bez pesticida, umjetnih gnojiva i bez genetskih modifikacija (75%),*** zatim „domaća“ hrana (31,5%), a svi ostali odgovori su vrlo rijetki: neindustrijska hrana (3,8%), isključivo vegetarijanska hrana (0,5%), a neki ispitanici pod ovim pojmom podrazumijevaju „zdrava hrana“, „prirodna hrana“ itd. Treba istaknuti da je na pitanje „Što Vi smatrate pod ekološkom hranom“ tek 4,8% ispitanika odgovorilo sa „ne znam, nisam siguran“. Iz svega navedenog može se zaključiti da je veliki broj ispitanika čuo ili se već susreo s ovim pojmom.

Sljedeće pitanje u anketi bilo je „kupujete li ekološke proizvode?“. Grafikon 5 pokazuje da je najčešći odgovor koji su dali ispitanici „rijetko“ s 31,5% učestalosti. Slijede „nikad ili gotovo nikad“ (24,8% ispitanika), sami ih proizvodimo (19,3%), više nego povremeno (14,3%), ne znam, nisam siguran kupujem li ih (5,8%) te redovito (4,5% ispitanika). Ovdje treba istaknuti da je moguće da ispitanici pod ekološkim proizvodima smatraju i one prehrambene proizvode koji zapravo nemaju deklaraciju „ekološkog proizvoda“ (kao npr. svako voće ili povrće koje kupe na tržnici ili direktno kod proizvođača).

**Grafikon 5.** Kupnja ekoloških prehrambenih proizvoda

Ako bi se iz izračuna i daljnje analize izostavili odgovor „ne znam“, **može se reći da 26,3% kućanstava uopće ne kupuje ekološke prehrambene proizvode, a još 33,4% to čini rijetko**. Ukupno gledajući, gotovo 60% kućanstava u pravilu ne kupuje takve proizvode. Preostalih 40% ispitanika raspoređeni su tako da približno 20% sami proizvode takve proizvode[[3]](#footnote-3) a drugih 20% ih kupuje često ili redovito.

Treba istaknuti da 19,3% ispitanika koji su izjavili da u svojim vrtovima proizvode hranu (uglavnom) za svoje potrebe pritom ne koristeći pesticide, umjetna gnojiva i sl. smatra da je ta hrana koju su oni proizveli ekološka, neovisno o tome ima li deklaraciju ili ne. U ovu kategoriju su uključeni oni koji su izjavili da vlastitom proizvodnjom proizvode barem 80% potreba svojeg kućanstva.

U sljedeće dvije tablice prikazane su frekvencije odgovora ispitanika s obzirom na njihova sociodemografska obilježja ili obilježja njihovih kućanstava. Najčešći odgovori za svaku skupinu ispitanika označeni su plavom, a najrjeđi crvenom bojom[[4]](#footnote-4).

**Tablica 2.** – Kupujete li ekološke prehrambene proizvode?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kupujete li ekološke prehrambene proizvode? | **STUPANJ OBRAZOVANJA** | **RADNI STATUS** | **MJESTO STANOVANJA** | **SPOL** |
| Osnovna škola | Srednja škola | VŠS, VSS, mr. i doktorat | Zaposlen | Nezaposlen | Umirovljenik | Student | Kućanica | Grad | Selo | Muški | Ženski |
| Redovito | 2,3 | 3,4 | 9,1 | 7,6 | 1,4 | 4,8 | 7,1 | 0 | 6 | 3 | 5,5 | 4 |
| Više nego povremeno | 16,1 | 13,4 | 15,6 | 8,6 | 11 | 20 | 14,3 | 12 | 18,5 | 10 | 15,7 | 14 |
| Rijetko | 25,3 | 32,8 | 33,8 | 36,2 | 33 | 23 | 42,9 | 44 | 32,5 | 30,5 | 21,3 | 36 |
| Ne znam, nisam siguran | 1,1 | 7,3 | 6,5 | 7,6 | 9,6 | 3 | 14,3 | 14 | 5,5 | 6 | 7,1 | 5,1 |
| Nikad ili gotovo nikad | 25,3 | 26,7 | 18,2 | 24,8 | 27 | 26,8 | 14,3 | 14 | 25,5 | 24 | 32,3 | 21 |
| Sami proizvodimo | 29,9 | 16,4 | 16,9 | 15,2 | 18 | 22,4 | 7,1 | 7,1 | 12 | 26,5 | 18,1 | 20 |

Tablica 2 pokazuje odgovore ispitanika s obzirom na njihov stupanj obrazovanja, radni status i mjesto stanovanja (u smislu urbana ili ruralna sredina). Gledajući samo tablicu, vidljivo je da je 29,9% ispitanika sa završenom ili nezavršenom osnovnom školom izjavilo da uglavnom sami proizvode ekološke proizvode, što je značajno veći postotak od ispitanika s višim stupnjevima obrazovanja.

Isto tako, iz gornje se tablice može primijetiti da je nešto više od ¼ ispitanika (točnije, njih 26,5%) koji žive na selu izjavilo da uglavnom sami proizvode takvu hranu, dok to isto čini dvostruko manji broj, odnosno 12,0% ispitanika koji žive u gradskim sredinama.

U tablici 3 prikazani su odgovori ispitanika s obzirom na tip kućanstva u kojem živi (obiteljsko ili samačko kućanstvo), njihovu dob i mjesečni prihod izražen po članu kućanstva.

**Tablica 3.** Kupnja ekoloških prehrambenih proizvoda

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kupujete li ekološke prehrambene proizvode?** | **Tip kućanstva** | **Dob** | **Mjesečni prihod po članu kućanstva** |
| Obiteljsko | Samačko | 18-29 god. | 30-44 | 45-59 | 60 i više | Manje od 1000 kuna | 1001-2999 kuna | Više od 3000 kuna |
| Redovito | **3,9** | 8,3 | 5,4 | **1,3** | 4,7 | 5,8 | 6,1 | 3,7 | 3,5 |
| Više nego povremeno | 14,2 | 15 | 8,1 | 12,8 | 13,2 | 16,9 | 6,1 | 13,5 | 21,1 |
| Rijetko | **34,4** | 15 | **40,5** | **39,7** | **31** | 25,3 | **36,7** | **34,4** | 25,1 |
| Ne znam, nisam siguran | 6,2 | **3,3** | 16,2 | 11,5 | **2,3** | **3,2** | **2** | **2,5** | 10,5 |
| Nikad ili gotovo nikad | 23,7 | **31,7** | 24,3 | 21,8 | 26,4 | 25,3 | 28,6 | 24,5 | **26,3** |
| Sami proizvodimo | 17,5 | 26,7 | 5,4 | 12,8 | 22,5 | 23,4 | 20,4 | 21,5 | 3,5 |

Međutim, budući da se ovim pitanjem zapravo željelo vidjeti koliko ispitanici ***kupuju***, odnosno učestalost njihove ***kupovine ekoloških proizvoda***, a ne njihove konzumacije, iz analiza koje uspoređuju ispitanike prema ovim obilježjima bilo je potrebno isključiti ispitanike koji su odgovorili sa „ne znam, nisam siguran“ i sve one ispitanike koji su odgovorili sa „sami proizvodimo“[[5]](#footnote-5). Stoga je posebno zanimljivo da su ***sva testiranja pokazala nepostojanje statistički značajnih razlika među različitim skupinama ispitanika u pogledu kupovine eko-proizvoda***. Primjerice, stanovnici urbanih i ruralnih sredina po ovom se pitanju značajno ne razlikuju, što je možda bilo za očekivati, no ipak je pokazatelj da su ispitanici imali na umu da se radi o posebnoj vrsti proizvoda, koji posjeduju određene oznake itd.

Te razlike nisu utvrđene ni u pogledu stupnja obrazovanja ispitanika, zanimanja, radnog statusa, tipa kućanstva itd.

Na pitanje, koje ekološke proizvode kupuju barem povremeno (grafikon 6). ***Najviše njih, točnije njih 35,7% izjavilo je da barem povremeno kupuju ekološki proizvedeno povrće***, zatim voće (njih 23,7%), zatim mlijeko i mliječne proizvode (njih 13,3%), kruh i žitarice (12,3%) itd.

**Grafikon 6**. Koje vrste ekološke hrane barem ponekad kupujete?

Ovdje su uočene određene razlike s obzirom na mjesto stanovanja ispitanika; naime, ***stanovnici gradskih sredina značajno više od onih iz seoskih kupuju sve navedene proizvode, osim meda kojeg kupuju podjednako***. Posebno izražena razlika vidljiva je u pogledu kupovine ekološki proizvedenog povrća – kupuje ga 45,2% gradskog spram 26,2% seoskog stanovništva[[6]](#footnote-6).

Svi one koji barem ponekad (u ovom istraživanju su to oni koji to čine „redovito“, „više nego povremeno“ i „rijetko“) kupuju ekološke prehrambene proizvode upitani su iz kojih razloga svjesno kupuju upravo takve proizvode. Utvrđeno je da velika većina – ***njih 80,3% - čini to zbog percepcije da su oni zdraviji od onih proizvedenih na konvencionalan način*** (grafikon 7). Sljedeći razlog je zbog toga što su ukusniji (29,4%), jer se sviđaju nekim ukućanima ili što neki ukućani konzumiraju isključivo njih (10,4%), jer se time čuva okoliš (6,2%) te zbog toga što time potpomažu lokalne proizvođače (njih 4,1%). Ostali, manje učestali razlozi bili su „zbog toga što su dijetalniji“, „jer su dopuna vlastitom uzgoju“ itd.

**Grafikon 7.** Razlozi kupovine ekoloških proizvoda

Percepcija ekološke hrane kao zdrave hrane naravno utječe na učestalost njezine kupovine; naime, ***zdravijom ju smatraju ispitanici koji ju kupuju redovito (88,9%) ili više nego povremeno*** (94,7%) spram onih koji ju kupuju rijetko. Druge značajne razlike u ovom pitanju nisu utvrđene.

Ispitanici koji nikad ili gotovo nikad ne kupuju ekološke proizvode upitani su koji su sve razlozi zbog kojih to ne čine. Ispitanici su mogli navesti više razloga, a gotovo polovina ispitanika navela je da su im oni preskupi (njih 48%), zatim da nemaju povjerenja u deklaracije ekoloških proizvoda (32% ispitanika), zbog njihove nedostupnosti u trgovinama u kojima obično kupuju (25%), a manji broj ispitanika naveo je da zapravo ne vjeruju da su oni išta zdraviji od „običnih“ (6,7%).

**Grafikon 8.** Razlozi ne-kupovine ekoloških proizvoda

* 1. Stavovi o ekološkoj proizvodnji i ekološkoj hrani

Pomoću Likertove skale s pet stupnjeva, pri čemu „1“ označava „uopće se ne slažem“, „3“ niti se slažem, niti se ne slažem“ a „5“ znači „potpuno se slažem“, utvrđeni su stavovi ispitanika o pojedinim dimenzijama ekološke hrane. Stoga su u sljedećoj tablici prikazani postotci koji pokazuju stupanj slaganja ispitanika sa svakom od navedenih tvrdnji vezanih uz ekološke proizvode.

**Tablica 4.** Stupanj slaganja ispitanika sa tvrdnjama o ekološkoj proizvodnji/hrani

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TVRDNJE** | Uopće se ne slažem | Ne slažem se | Niti se slažem niti se ne slažem | Slažem se | Potpuno se slažem | Aritmetička sredina |
| Eko-proizvodi su zdraviji od „običnih“ proizvoda. | 1,8 | 2,0 | 10,3 | 28,3 | 57,8 | **4,38** |
| Eko-proizvodi su ukusniji od „običnih“ prehrambenih proizvoda. | 1,8 | 3,0 | 15,8 | 33,0 | 46,5 | **4,20** |
| Eko-proizvodi su preskupi. | 4,0 | 10,5 | 23,3 | 25,1 | 37,1 | **3,81** |
| Kupovina eko-proizvoda doprinosi zaštiti okoliša. | 1,3 | 4,5 | 18,4 | 35,5 | 40,3 | **4,09** |
| Kupovina eko-proizvoda doprinosi većem lokalnom zapošljavanju. | 5,0 | 11,8 | 27,8 | 30,5 | 25,0 | **3,59** |
| Hrana koju kupujemo u trgovinama slabije je nutricionističke kvalitete. | 3,0 | 6,5 | 19,3 | 37,0 | 34,3 | **3,93** |
| Proizvodnja „obične“ (konvencionalne) hrane prekomjerno zagađuje okoliš. | 4,0 | 10,4 | 31,6 | 31,8 | 22,2 | **3,58** |
| Industrijska proizvodnja hrane ubrzava propadanje sela i rast nezaposlenosti. | 3,0 | 6,5 | 24,3 | 28,3 | 37,8 | **3,91** |

Najviši stupanj slaganja zabilježile su tvrdnje vezane uz zdravlje i okus ekoloških prehrambenih proizvoda u usporedbi sa „običnom“, odnosno konvencionalno proizvedenom hranom. ***Čak 86,1% ispitanika se slaže (28,3%) ili potpuno slaže (57,8% od ukupnog broja) sa tvrdnjom da su eko-proizvodi zdraviji od običnih,*** a ispitanici su prilično suglasni i da su ukusniji od njih – 33,0% se slaže s tom tvrdnjom te, još i više, njih 46,5% se u potpunosti slaže. Iz ove se tablice može zaključiti da ispitanici uglavnom pozitivno procjenjuju važnost ekološke proizvodnje i nutricionističku vrijednost ovako proizvedene hrane. Međutim, treba istaknuti i da samo manji broj ljudi smatra da ona nije preskupa – tek nekih 15%.

Testirane su i razlike u stavovima socio-demografskih grupa ispitanika za svaku od gore navedenih tvrdnji. U tablici 4a prikazana je učestalost odgovora i aritmetičke vrijednosti pojedinih grupa ispitanika, pri čemu je mogući raspon bio od 1 kao minimalne vrijednosti do 5 kao maksimalne vrijednosti.

**Tablica 4a.** Stupanj slaganja ispitanika sa tvrdnjama o ekološkoj proizvodnji/hrani

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TVRDNJE** | Stupanj obrazovanja | Radni status | Mjesto stanovanja | Spol |
| Osnovna škola | Srednja škola | VŠS, VSS, mr. i doktorat | Zaposlen | Nezaposlen | Umirovljenik | Student | Kućanica | Grad | Selo | Muški | Ženski |
| Eko-proizvodi su zdraviji od „običnih“ proizvoda. | 4,46 | 4,34 | 4,42 | 4,28 | 4,23 | 4,42 | 4,50 | 4,68 | 4,40 | 4,37 | 4,24 | **4,45** |
| Eko-proizvodi su ukusniji od „običnih“ prehrambenih proizvoda. | 4,28 | 4,16 | 4,22 | 4,10 | 4,10 | 4,21 | 4,57 | 4,41 | 4,19 | 4,21 | 4,07 | 4,25 |
| Eko-proizvodi su preskupi. | 3,76 | 3,85 | 3,73 | 3,91 | 3,97 | 3,71 | 3,36 | 3,80 | 3,82 | 3,79 | 3,49 | 3,95 |
| Kupovina eko-proizvoda doprinosi zaštiti okoliša. | 3,91 | 4,16 | 4,12 | 4,18 | 4,11 | 3,98 | 3,93 | 4,32 | 4,03 | 4,16 | 4,06 | 4,11 |
| Kupovina eko-proizvoda doprinosi većem lokalnom zapošljavanju. | 3,61 | 3,59 | 3,56 | 3,68 | 3,48 | 3,55 | 3,64 | 3,71 | 3,50 | 3,68 | 3,54 | 3,61 |
| Hrana koju kupujemo u trgovinama slabije je nutricionističke kvalitete. | 3,79 | 3,89 | 4,21 | 3,95 | 3,81 | 3,95 | 4,07 | 3,95 | 3,96 | 3,91 | 3,83 | 3,98 |
| Proizvodnja „obične“ hrane prekomjerno zagađuje okoliš. | 3,42 | 3,56 | 3,82 | 3,72 | 3,42 | 3,59 | 3,36 | 3,49 | 3,58 | 3,58 | 3,71 | 3,52 |
| Industrijska proizvodnja hrane ubrzava propadanje sela i rast nezaposlenosti. | 3,88 | 3,91 | 4,00 | 4,04 | 3,85 | 3,91 | 3,64 | 3,83 | 3,95 | 3,88 | 3,95 | 3,90 |

Analizom varijance utvrđene su eventualne statistički značajne razlike među pojedinim skupinama ispitanika za svaku od navedenih tvrdnji:

* žene se značajno više od muškaraca slažu sa tvrdnjama da su eko-proizvodi zdraviji od konvencionalnih, ali i da su oni preskupi;
* visokoobrazovani ispitanici znatno više od drugih smatraju da je hrana koju kupujemo u trgovinama slabije nutricionističke vrijednosti.
* ispitanici koji žive u višečlanim, obiteljskim kućanstvima značajno više od onih koji žive kao samci smatraju da se kupovinom eko-proizvoda doprinosi zaštiti okoliša.

**Tablica 4b**. Stupanj slaganja ispitanika sa tvrdnjama o ekološkoj proizvodnji/hrani

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TVRDNJE** | Tip kućanstva | Dob | Mjesečni prihod po članu kućanstva |
| Obiteljsko | Samačko | 18-29 godina | 30-44 | 45-59 | 60 i više | Manje od 1000 kuna | 1001-2999 kuna | Više od 3000 kuna |
| Eko-proizvodi su zdraviji od „običnih“ proizvoda. | 4,39 | 4,32 | 4,19 | 4,26 | 4,43 | 4,45 | 4,16 | 4,40 | 4,46 |
| Eko-proizvodi su ukusniji od „običnih“ prehrambenih proizvoda. | 4,21 | 4,10 | 4,14 | 3,97 | 4,23 | 4,29 | 3,98 | 4,28 | 4,07 |
| Eko-proizvodi su preskupi. | 3,78 | 3,98 | 3,89 | 3,95 | 3,83 | 3,68 | 3,94 | 3,79 | 3,88 |
| Kupovina eko-proizvoda doprinosi zaštiti okoliša. | 4,13 | 3,86 | 4,11 | 4,03 | 4,27 | 3,97 | 4,02 | 4,08 | 4,19 |
| Kupovina eko-proizvoda doprinosi većem lokalnom zapošljavanju. | 3,63 | 3,35 | 3,59 | 3,49 | 3,67 | 3,56 | 3,65 | 3,62 | 3,32 |
| Hrana koju kupujemo u trgovinama slabije je nutricionističke kvalitete. | 3,94 | 3,90 | 3,84 | 3,86 | 3,97 | 3,95 | 3,90 | 3,96 | 3,88 |
| Proizvodnja „obične“ (konvencionalne) hrane prekomjerno zagađuje okoliš. | 3,60 | 3,45 | 3,35 | 3,45 | 3,70 | 3,62 | 3,55 | 3,54 | 3,79 |
| Industrijska proizvodnja hrane ubrzava propadanje sela i rast nezaposlenosti. | 3,93 | 3,85 | 3,73 | 3,85 | 4,02 | 3,92 | 4,16 | 3,90 | 4,02 |

* 1. Povjerenje u deklaracije eko-proizvoda

U ovom dijelu istraživanja utvrđene su potrošačke navike vezane uz kupovinu ekoloških proizvoda, ali i povjerenje u oznake ekološkog proizvoda i njihovu primijećenost i vidljivost.

Rezultati pokazuju da ispitanici najčešće nabavljaju ekološku hranu iz vlastite proizvodnje (njih 28,1%) i na tržnicama (27,8%). Njih 15,8% takvu hranu nabavlja (u ovom slučaju kupuje) u trgovačkim lancima, a 12,3% direktno kod privatnih proizvođača (OPG i sl.). Kupovinu ovakvih proizvoda u specijaliziranim trgovinama ekološke hrane prakticira vrlo mali broj ispitanika (3,0% ispitanika). Ispitanici su mogli dati više odgovora. Budući je utvrđeno da 19,3% ispitanika (grafikon 5) uglavnom sami proizvode ekološku hranu, iz ovih podataka možemo zaključiti da još dodatnih 9,2% ispitanika također proizvodi jedan manji dio za svoje potrebe.

**Grafikon 9.** Gdje nabavljate ekološke prehrambene proizvode?

Na pitanje, koji oblik nabave ekoloških proizvoda bi bio najprihvatljiviji, tj. najbolji, utvrđene su dvije uočljive razlike:

* najveći udio ispitanika odgovorio je da im je kupovina na tržnici najbolji način *kupovine* eko-proizvoda, ali gotovo isti broj ispitanika izjavio je da bi ju najradije sami proizvodili ;
* 17,1% ispitanika je izjavilo da bi najradije kupovali eko-proizvode direktno od privatnih proizvođača (OPG i sl.), što je gotovo 5% više nego što to trenutno uopće čini.

Posljednji dio ove ankete odnosio se na označavanje ekoloških proizvoda kao i povjerenje građana prema tako označenim proizvodima.

Na pitanje „smatrate li da je ekološka hrana adekvatno označena“ najviše, gotovo polovina, ispitanika odgovorilo je s „ne“ (njih 49,3%), zatim „djelomično“ (19,0%), „ne znam, nisam siguran/na“ (17,5%) te „da“ (14,2%). Iz ovih se rezultata može zaključiti da građani u globalu nisu svjesni ili sigurni radi li se doista o proizvodu s deklaracijom eko-proizvoda.

Posebno je zanimljivo pogledati sljedeću tablicu:

* vidljivo je da upravo redoviti kupci ekoloških proizvoda čak i nešto više od ostalih kupaca smatraju da takvi proizvodi nisu adekvatno označeni;
* ispitanici koji su izjavili da sami proizvode takvu hranu značajno češće od drugih na ovo su pitanje odgovorili sa „ne znam, nisam siguran“. To se vjerojatno može objasniti činjenicom da općenito ti ispitanici i manje kupuju hranu od drugih, pa se vjerojatno i manje susreću s takvim i sličnim deklaracijama proizvoda.

**Tablica 5.** Odnos kupovine eko-proizvoda i mišljenja o njihovoj adekvatnoj označenosti

|  |  |
| --- | --- |
| **Smatrate li da je ekološka hrana adekvatno označena?** | **Kupujete li ekološke prehrambene proizvode?** |
| redovito % | više nego povremeno% | rijetko% | nikad ili gotovo nikad% | sami proizvode% |
| Da | 16,7 | 14,0 | 15,1 | 15,2 | 13,0 |
| Djelomično | 16,7 | 24,6 | 19,8 | 18,2 | 15,6 |
| Ne | 55,6 | 47,4 | 54,0 | 48,5 | 44,2 |
| Ne znam, nisam siguran | 11,1 | 14,0 | 11,1 | 18,2 | 27,3 |

Vrlo slični postotci zabilježeni su i oko povjerenja u ekološke proizvode; naime, i ovdje ***gotovo polovina ispitanika (45,3%) nema povjerenja u deklaracije ekoloških proizvoda, odnosno smatra da čak većina tih proizvoda zapravo nisu ekološki***! Sljedeći odgovor po učestalosti je „djelomično“ (29,0%), dok potpuno povjerenje u te deklaracije ima tek 10,3% ispitanika. Slično kao i u prethodnom pitanju, 15,5% ispitanika nije moglo dati svoju procjenu oko ovog pitanja.

**Grafikon 10.** Povjerenje u ekološke proizvode

U sljedećoj tablici je prikazan odnos povjerenja u ekološke oznake i navike kupovanja. Iako se možda očekivao i veći stupanj povjerenja kod redovitih i čestih kupaca ovih proizvoda, vidljivo je kako je taj stupanj povjerenja tek nešto iznad 50%, gleda li ih se zajedno. Čak 44,4% redovitih kupaca sumnje da su svi proizvodi s ekološkom oznakom doista takvi, što je zabrinjavajući podatak.

Slično kao i kod pitanja vezanog uz mišljenje o adekvatnoj označenosti proizvoda, i ovdje značajan broj ispitanika čija kućanstva sama proizvode hranu nije mogao ili znao procijeniti opravdanost klasifikacija proizvoda koji se već nalaze na tržištu s deklaracijom ekoloških proizvoda (tablica 6).

**Tablica 6.** Odnos učestalosti kupovine eko-proizvoda i povjerenja u

deklaraciju ekološkog proizvoda

|  |  |
| --- | --- |
| **Vjerujete li da su proizvodi označeni kao ekološki doista proizvedeni sukladno toj klasifikaciji?** | **Kupujete li ekološke prehrambene proizvode?** |
| redovito % | više nego povremeno% | rijetko% | nikad ili gotovo nikad% | sami proizvode% |
| Da, potpuno | 22,2 | 19,3 | 7,9 | 10,1 | 5,2 |
| Djelomično | 33,3 | 36,8 | 30,2 | 29,3 | 24,7 |
| Ne, vjerujem da većina tih proizvoda nisu ekološki | **44,4** | 35,1 | 51,6 | 43,4 | 39,0 |
| Ne znam, ne mogu procijeniti | 0,0 | 8,8 | 10,3 | 17,2 | 31,2 |

Sljedeća tablica pokazuje u kojoj su mjeri povezane varijable koje mjere povjerenje u deklaraciju ekološkog proizvoda i mišljenje o adekvatnoj označenosti istih. Čak 2/3 ispitanika nemaju povjerenje u deklaraciju smatrajući da ekološka hrana nije ni adekvatno označena.

**Tablica 7.** Odnos percepcije adekvatne označenosti eko-proizvoda

 i povjerenja u njihovo ekološko porijeklo

|  |  |
| --- | --- |
| **Vjerujete li da su proizvodi označeni kao ekološki doista proizvedeni sukladno toj klasifikaciji?** | **Smatrate li da je ekološka hrana adekvatno označena?** |
| da % | djelomično% | ne% | ne znam, nisam siguran% |
| Da, potpuno | 26,8 | 19,5 | 41,5 | 12,2 |
| Djelomično | 17,2 | 33,6 | 36,2 | 12,9 |
| Ne, vjerujem da većina tih proizvoda nisu ekološki | 12,2 | 12,2 | 66,9 | 8,8 |
| Ne znam, ne mogu procijeniti | 6,5 | 11,3 | 27,4 | 54,8 |

Pretposljednje pitanje u ovoj anketi odnosilo se na to podržavaju li građani razvoj lokalnog tržišta ekološke hrane, kao i glavni razlog zbog kojeg ga eventualno podržavaju (grafikon 11). Ukupno 80,6% ispitanika odgovorilo je potvrdno na ovo pitanje, a kao najčešći razlozi navedeni su pozitivan utjecaj na okoliš (39,6% ispitanika), povjerenje u lokalne proizvođače („jer znam od koga kupujem“) s 26,5% odgovora, zatim jer se time štite radna mjesta (13,9%) te gotovo neznatan broj ispitanika podržavaju to jer bi se time direktno smanjilo cijena hrane (0,6% ispitanika).

**Grafikon 11.** Podržavate li razvoj lokalnog tržišta ekološke hrane?

Posljednje pitanje u anketi odnosilo se na samoprocjenu vlastitog znanja o globalnim ekološkim pitanjima. Ispitanike se zatražilo da sami ocijene koliko su upoznati s ekološkim pitanjima poput očuvanja okoliša, klimatskih promjena, ozonskih rupa, održivog razvoja i sl. Kao što se vidi u grafikonu 16, većina ispitanika vlastito poznavanje ove tematike ocijenila je sa ocjenom dobar (3) – njih 52,9%, zatim slijede ispitanici s ocjenom 4 (njih 24,6%) itd. Može se zaključiti da distribucija odgovora ispitanika nalikuju blago desno nakrivljenoj Gaussovoj distribuciji, pri čemu je zabilježen nešto veći broj ispitanika koji smatraju sebe vrlo dobrim ili odličnim poznavateljima ove tematike nego što je onih koji svoje znanje procjenjuju slabim ili vrlo slabim.

Utvrđeno je da na procjenu vlastite upoznatosti s ovim pitanjima utječu samo dvije dimenzije, koje su zapravo i same međusobno povezane – stupanj obrazovanja te visina mjesečnih prihoda. Korelacija stupnja obrazovanja s ovim pitanjem je statistički značajna i iznosi 0,237[[7]](#footnote-7), a s razinom mjesečnih prihoda iznosti 0,169[[8]](#footnote-8), što se uostalom može vidjeti i u aritmetičkim sredinama prikazanim u tablicama 8a i 8b.

**Tablica 8a.** Aritmetičke sredine samoprocjena vlastite upoznatosti

sa globalnim ekološkim pitanjima po pojedinim skupinama ispitanika

|  |  |
| --- | --- |
| SKUPINE ISPITANIKA | Aritmetička sredina |
| STUPANJA OBRAZOVANJA | Osnovna škola | 2,83 |
| Srednja škola | 3,15 |
| VŠS, VSS, mr. i doktorat | 3,45 |
| RADNI STATUS | Zaposlen | 3,24 |
| Nezaposlen | 2,93 |
| Umirovljenik | 3,13 |
| Student | 3,36 |
| Kućanica | 3,20 |
| MJESTO STANOVANJA | Grad | 3,19 |
| Selo | 3,10 |
| SPOL | Muško | 3,22 |
| Žensko | 3,10 |

**Tablica 8b**. Aritmetičke sredine samoprocjena vlastite upoznatosti

sa globalnim ekološkim pitanjima po pojedinim skupinama ispitanika

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Tip kućanstva** | **Dob** | **Mjesečni prihod po članu kućanstva** |
| Obiteljsko | Samačko | 18-29 godina | 30-44 | 45-59 | 60 i više | Manje od 1.000 kuna | 1.001-2.999 kuna | Više od 3.000 kuna |
| Redovito | 3,15 | 3,08 | 3,16 | 3,08 | 3,24 | 3,14 | 2,96 | 3,11 | 3,39 |

Iz gornjih se tablica može uočiti da se ostale karakteristike ispitanika nisu pokazale kao značajni faktori samoocjenjivanja ispitanika.

1. **Zaključak**

Ispitivanje javnog mnijenja vezano uz stavove o konzumiranju ekoloških prehrambenih proizvoda provedeno je kao dio projekta „Eco Horty Lab“. Istraživanje je provedeno metodom telefonske ankete na uzorku od 400 slučajno odabranih kućanstava s područja Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske i Brodsko-posavske županije. Uzorak je bio stratificiran po županijama i raspodijeljen tako da je omjer ruralnog i urbanog stanovništva bio u odnosu 50:50. Anketirane su isključivo punoljetne osobe a u svakom je kućanstvu anketirana osoba koja je najviše zadužena za nabavku hrane i/ili donosi odluke o kupovine.

Za ¾ ispitanika pojam „ekološka hrana“ označava hranu proizvedena bez pesticida, umjetnih gnojiva i bez genetskih modifikacija, a za trećinu ispitanika radi se o „domaćoj“ hrani.

Najviše ispitanika (31,5%) rijetko kupuje ekološke proizvode, a sljedeći po učestalosti je odgovor „nikad ili gotovo nikad“ (24,8% ispitanika). Oko 20% ispitanika izjavilo je da ju sami proizvode, a „češće nego povremeno“ 14,3% te „redovito“ tek njih 4,5%. Međutim, što se tiče *učestalosti kupovine* ekoloških proizvoda, nisu utvrđene nikakve razlike među ispitanicima po određenim socio-demografskim skupinama (npr. između različitih stupnjeva obrazovanja, radnog statusa i sl.

Najviše ispitanika, točnije njih 35,7% izjavilo je da barem povremeno kupuje ekološki proizvedeno povrće, zatim voće (njih 23,7%), mlijeko i mliječne proizvode (njih 13,3%), kruh i žitarice (12,3%), a utvrđeno je da stanovnici gradskih sredina značajno više od onih iz seoskih barem povremeno kupe sve navedene proizvode, osim meda kojeg kupuju podjednako. Takva hrana najčešće se kupuje na tržnicama,

Utvrđeno je da velika većina čini to zbog percepcije da su oni zdraviji od onih proizvedenih na konvencionalan način, a glavni razlog nekupovine takvih proizvoda je previsoka cijena. Stav da su oni zdraviji i ukusniji od onih proizvodenih na konvencionalan način je raširen među svim ispitanicima, koji su i inače iskazali generalno pozitivan stav prema eko-proizvodnji i eko-proizvodima.

Općenito govoreći, čini se da ispitanici nemaju povjerenja u deklaracije ekoloških proizvoda, polovina ih sumnja da velik broj tako označenih proizvoda zapravo nisu ekološki. Slično razmišljanje je vezano i označavanje eko-proizvoda pri čemu 49,3% ispitanika smatra da oni nisu adekvatno označeni, a daljnjih 19% da je to tek djelomično.

Oko 80% ispitanika iz različitih razloga deklarativno podupire lokalne proizvođače ekološke hrane, a svoje poznavanje ekološke tematike većina ispitanika procjenjuje kao solidno.

Ekološka proizvodnja je kompleksno pitanje koje zadire u svijest kako proizvođača teko i potrošača, s tendencijom odgovornog i etičkog ponašaju prema ljudima i prirodi. Ekološki osviješten proizvođač pridonosi očuvanju zdravlja ljudi i zdravlja okoliša. Ekološki osviješteni kupac pridonosi opstojnosti ekoloških proizvođača i tako se krug održivosti zatvara.

1. **Literatura**
2. Cifrić, I. (2003). **Značaj iskustva seljačke poljoprivrede za ekološku poljoprivredu**, Sociologija i prostor. 41(1/2), str. 5-27.
3. Batelja Lodeta, K., Gugić, J., Čmelik, Z. (2011): **Ekološka poljoprivreda u Europi i Hrvatskoj s osvrtom na stanje u voćarstvu**, Pomologia Croatica, Vol. 17-2011., br. 3-4, str.135-148
4. Puđak, J., Bokan, N. (2011): **Ekološka poljoprivreda – indikator društvenih vrednota**, Sociologija i prostor, 49; 190 (2), str.137–163
5. Akcijski plan razvoja ekološke poljoprivrede u Republici Hrvatskoj 2011.-2016. godine (2010). U sklopu programa “Poticanje gospodarstva i zapošljavanja u prehrambenom sektoru”. Ministarstvo za gospodarsku suradnju i razvoj SR Njemačke i Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja Republike Hrvatske
6. <http://www.mzoip.hr/doc/publikacije/Odrziva_potrosnja_i_proizvodnja.pdf> (17.05.2013.)
7. (<http://www.znaor.eu/uploads/3/4/5/0/3450713/klima_i_poljoprivreda.pdf> (18.05.2013.)

*Ljubica Ranogajec, Snježana Tolić, Lidija Maurović Koščak*

*Poljoprivredni fakultet u Osijeku*

**Aspekti društvene svijesti istočne Hrvatske o ekološkoj proizvodnji i potrošnji hrane**

Ekološka proizvodnja hrane predstavlja sustav poljoprivrednog gospodarenja koja proizvodi hranu bez uporabe kemijskih sredstava i GMO uz uvažavanje načela održivosti. Ekološka poljoprivreda je više od proizvodnje hrane. Ona predstavlja značajan aspekt odnosa prema prirodi, društveni pokret i način života. Porast tržišta za ekološki proizvedenom hranom kao i porast poljoprivrednih površina pod ekološkim uzgojem je u porastu, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj.

Cilj rada je predočiti rezultate istraživanja aspekata društvene svijesti hrvatskih proizvođača i potrošača vezanih uz ekološku hranu i proizvodnju ekoloških proizvoda. Ispitivanje javnog mnijenja vezano uz stavove o konzumiranju ekoloških prehrambenih proizvoda, provedeno je kao dio programa Europske unije za Hrvatsku IPA IV – Razvoj ljudskih potencijala pod nazivom projekta „Eco Horty Lab“.

Istraživanjem je utvrđeno da većina ispitanika pod pojmom „ekološka hrana“ podrazumijeva hranu proizvedenu bez pesticida, umjetnih gnojiva i bez genetskih modifikacija. Trećina anketiranih rijetko kupuje ekološke proizvode, dok je njih 20% izjavilo je da ju sami proizvode. Stanovnici gradskih sredina značajno više od onih iz seoskih barem povremeno kupuju ekološku hranu, najčešće na tržnicama. Utvrđeno je da velika većina čini to zbog percepcije da su oni zdraviji od onih proizvedenih na konvencionalan način. Glavni razlog nekupovine takvih proizvoda je previsoka cijena. Stav da su oni zdraviji i ukusniji od onih proizvedenih na konvencionalan način je raširen među svim ispitanicima, koji su i inače iskazali generalno pozitivan stav prema eko-proizvodnji i eko-proizvodima. Oko 80% ispitanika iz različitih razloga deklarativno podupire lokalne proizvođače ekološke hrane, a svoje poznavanje ekološke tematike većina ispitanika procjenjuje kao solidno.

**Ključne riječi**: ekološka hrana, proizvodnja i potrošnja ekološke hrane

1. Izvor: Državni zavod za statistiku. [↑](#footnote-ref-1)
2. Urbanim stanovništvom ovdje se smatra samo ono koje živi na području grada, a ne sve ono što administrativno pod njega pripada. Stoga se, primjerice, pod urbanim stanovnicima Osijeka ovdje smatraju samo žitelji Osijeka, a ne i na pr. Višnjevca, Nemetina, Tenje itd. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ovim istraživanjem nije bilo moguće utvrditi jesu li proizvodi doista ekološki ili ih ispitanici samo takvima percipiraju. [↑](#footnote-ref-3)
4. testiranje statistički značajnih razlika opisano je kasnije u tekstu. [↑](#footnote-ref-4)
5. Među ispitanicima ima i mali broj ispitanika koji i kupuju takve proizvode, no to je obuhvaćeno sljedećim pitanjima. Isto tako, neki ispitanici su upravo to što sami proizvode hranu kući naveli kao razlog zašto uopće ne kupuju [↑](#footnote-ref-5)
6. Tome je zasigurno razlog i činjenica da znatan broj seoskih kućanstava ima svoje vrtove ili gospodarske objekte (u kojima vjerojatno ne proizvode isključivo ekološke proizvode, no i to ipak umanjuje njihovu potrebu za kupovinom hrane) [↑](#footnote-ref-6)
7. Na razini značajnosti p=0,01 [↑](#footnote-ref-7)
8. Također na razini značajnosti p=0,01 [↑](#footnote-ref-8)