

# Upoznatost i stavovi potrošača i proizvođača meda o oznaci "Med hrvatskih pčelinjaka"

---

Perlić, Tea

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Agriculture / Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:204:209348>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-19**



Repository / Repozitorij:

[Repository Faculty of Agriculture University of Zagreb](#)







Sveučilište u Zagrebu  
Agronomski fakultet

University of Zagreb  
Faculty of Agriculture



Diplomski studij:

Agrobiznis i ruralni razvitak

# **Upoznatost i stavovi potrošača i proizvođača meda o oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“**

DIPLOMSKI RAD

Tea Perlić

Mentor:

doc. dr. sc. Željka Mesić

Zagreb, lipanj, 2020.



Sveučilište u Zagrebu  
Agronomski fakultet

University of Zagreb  
Faculty of Agriculture



## IZJAVA STUDENTA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, **Tea Perlić**, JMBAG 0178105732, rođen/a 11.07.1996. u Zagrebu, izjavljujem da sam samostalno izradila/izradio diplomski rad pod naslovom:

### **Upoznatost i stavovi potrošača i proizvođača meda o oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“**

Svojim potpisom jamčim:

- da sam jedina autorica/jedini autor ovoga diplomskog rada;
- da su svi korišteni izvori literature, kako objavljeni tako i neobjavljeni, adekvatno citirani ili parafrazirani, te popisani u literaturi na kraju rada;
- da ovaj diplomski rad ne sadrži dijelove radova predanih na Agronomskom fakultetu ili drugim ustanovama visokog obrazovanja radi završetka sveučilišnog ili stručnog studija;
- da je elektronička verzija ovoga diplomskog rada identična tiskanoj koju je odobrio mentor;
- da sam upoznata/upoznat s odredbama Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu (Čl. 19).

U Zagrebu, dana \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*Potpis studenta / studentice*



Sveučilište u Zagrebu  
Agronomski fakultet

University of Zagreb  
Faculty of Agriculture



## IZVJEŠĆE

### O OCJENI I OBRANI DIPLOMSKOG RADA

Diplomski rad studenta/ice **Tea Perlić**, JMBAG 0178105732, naslova

**Upoznatost i stavovi potrošača i proizvođača meda o oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“**

obranjen je i ocijenjen ocjenom \_\_\_\_\_, dana \_\_\_\_\_.

Povjerenstvo:

potpisi:

1. doc. dr. sc. Željka Mesić mentor

\_\_\_\_\_

2. prof. dr. sc. Dragan Bubalo član

\_\_\_\_\_

3. prof. dr. sc. Marija Cerjak član

\_\_\_\_\_

## Zahvala

Ovime zahvaljujem svima koji su na bilo koji način pomogli prilikom izrade ovog rada.

Posebno se zahvaljujem svojoj mentorici doc. dr. sc. Željki Mesić na stručnom vodstvu, pruženoj pomoći, savjetima i podršci prilikom pisanja ovog diplomskog rada.

Veliko hvala mojoj obitelji, posebno mojim roditeljima, te prijateljima na strpljenju, slušanju, savjetima i uvijek prisutnoj podršci!

## Sadržaj

Sažetak.....	1
Summary.....	2
1. Uvod .....	3
1.1. Cilj istraživanja.....	4
2. Materijali i metode.....	5
2.1. Opis ankete s potrošačima meda.....	5
2.2. Opis ankete s proizvođačima meda.....	6
3. Teorijska osnova .....	7
3.1. Tržište meda u Europskoj uniji i Hrvatskoj .....	7
3.2. Krovne institucije i tijela .....	11
3.3. Med hrvatskih pčelinjaka .....	12
3.4. Školski medni dan .....	13
3.5. Dokazana kvaliteta .....	14
4. Prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku .....	15
5. Pregled dosadašnjih istraživanja o potrošačima meda .....	20
6. Rezultati ankete s potrošačima meda .....	23
6.1. Sociodemografska obilježja ispitanika.....	23
6.2. Ponašanje u kupnji i potrošnji meda .....	24
6.3. Upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ .....	29
7. Rezultati ankete s proizvođačima meda .....	34
7.1. Sociodemografska obilježja ispitanika.....	34
7.2. Proizvodnja i plasiranje meda na tržište .....	35
7.3. Upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ .....	41
8. Rasprava .....	43
9. Zaključak .....	45
10. Popis literature .....	46
11. Prilog.....	50
11.1. Anketa za potrošače meda .....	50
11.2. Anketa za proizvođače meda .....	57

Životopis ..... 64



## **Sažetak**

Diplomskog rada studenta/ice **Tea Perlić**, naslova

### **Upoznatost i stavovi potrošača i proizvođača meda o oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“**

Cilj istraživanja je utvrditi upoznatost potrošača i proizvođača meda o oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“. Također, istraživanjem se utvrdilo i ponašanje potrošača meda, te važnost pojedinih obilježja pri kupnji i konzumaciji meda. Najviše potrošača kupuje med nekoliko puta godišnje, i to med od amorfne, cvjetni med i med od bagrema. Većina potrošača kupuje med izravno od proizvođača. Pri kupnji potrošači najviše pažnje posvećuju okusu i teksturi, a od vanjskih obilježja im je najvažnija zemlja podrijetla. Više od polovice ispitanika je upoznato s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, dok samo trećina njih ponekad kupuje taj med.

S druge strane, proizvođači meda imaju negativniji stav prema oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“. Svi su upoznati s oznakom, ali samo mali broj njih je korisnik iste. Značajan broj njih nemaju namjeru niti postati korisnik oznake. Ispitani proizvođači meda nisu sigurni o utjecaju oznake na povećanje zainteresiranosti potrošača za domaćim medom, te se ne slažu kako je posjedovanje navedene oznake rezultiralo povećanjem prodaje. Većinom se ne slažu kako nadležne institucije dobro obavljaju svoj posao, niti da oznaka promovira domaći med što bi se na kraju odrazilo na povećanje prodaje. Upravo suprotno u odnosu na proizvođače, potrošači o oznaci imaju pozitivno mišljenje, oznaka im ulijeva povjerenje, te smatraju kako je med s oznakom sigurniji, kvalitetniji i pouzdaniji od ostalog meda dostupnog na tržištu. Također, spremni su platiti i višu cijenu za med s navedenom oznakom.

Rezultati istraživanja nude temelj za unaprjeđenje oznaka kvalitete za med, ali i edukacije pčelara o stvarnom ponašanju potrošača meda i promociji svojih proizvoda.

**Ključne riječi:** Med hrvatskih pčelinjaka, potrošači meda, pčelari

## Summary

Of the master's thesis – student **Tea Perlić**, entitled

### **Awareness and attitudes of consumers and producers of honey towards the label “Honey of Croatian apiaries”**

The aim of the research is to determine the awareness of consumers and producers of honey about the label "Honey of Croatian apiaries". Also, the research determined the behavior of honey consumers, and the importance of certain characteristics in the purchase and consumption of honey. Most consumers buy honey several times a year, false indigo honey, flower honey and black locust honey. Most consumers buy honey directly from producers. When buying, consumers pay the most attention to taste and texture, and the most important external feature is their country of origin. More than half of the respondents are familiar with the label "Honey of Croatian apiaries", while only a third of them sometimes buy this honey.

On the other hand, honey producers have a more negative attitude towards the label "Honey of Croatian apiaries". Everyone is familiar with the label, but only a small number of them are users of the same. A significant number of them do not even intend to become a user of the label. The surveyed honey producers are not sure about the impact of the label on the increase of consumer interest in domestic honey, and do not agree that the possession of this label has resulted in an increase in sales. Most of them do not agree that the competent institutions are doing their job well, nor that the label promotes domestic honey, which would ultimately affect the increase in sales. On the contrary, in relation to producers, consumers have a positive opinion about the label, the label instills confidence in them, and they believe that honey with the label is safer, better and more reliable than other honey available on the market. They are also willing to pay a higher price for honey with the above label.

The results of the research offer a basis for improving the quality labels for honey, but also educating beekeepers about the actual behavior of honey consumers and the promotion of their products.

**Keywords:** Honey of Croatian apiaries, honey consumers, beekeepers

## 1. Uvod

Prema pravilniku o kakvoći meda i drugih pčelinjih proizvoda (Narodne novine 20/2000), med jest sladak, gust, viskozni, tekući ili kristaliziran proizvod što ga medonosne pčele (*Apis mellifera*) proizvode od nektara medonosnih biljaka ili sekreta živih dijelova biljaka ili izlučevina kukaca koji sišu na živim dijelovima biljaka, koje pčele skupljaju, dodaju mu vlastite specifične tvari, izdvajaju vodu i odlažu u stanice saća do sazrijevanja. Med je veoma cijenjen proizvod, kako u prošlosti tako i danas, osobito otkako se pojavio trend povećane svijesti i brige za zdravlje. Med se zbog svojih izrazitih nutritivnih vrijednosti upotrebljava kako samostalno, tako i u svrhu prirodnog zaslađivača, bilo u napitcima kao što je čaj, ili u hrani, kao na primjer kolačima. Kako med bilježi porast individualne potrošnje, tako bilježi i porast potrošnje u industriji kao dodatak raznim proizvodima. Prema podacima Europske komisije, najveći svjetski proizvođač meda 2017. godine bila je Kina, koja tu titulu ima već godinama, s proizvodnjom od 543 tisuće tona, dok Hrvatska iste godine bilježi proizvodnju od 6 752 tone meda. Prema podacima Faostata u 2016. godini najveći potrošači meda su Srednjoafrička Republika s 3,5 kilograma po stanovniku i Novi Zeland s potrošnjom od 2 kilograma po stanovniku. Potrošnja meda u Hrvatskoj je u 2018. godini iznosila 2,15 kg po stanovniku, dok prosječna samodostatnost u razdoblju od 2014. do 2018. iznosi 92% (MPS, 2019).

Kako bi se povećala potrošnja meda u Hrvatskoj te konkurentnost samog tržišta Hrvatska poljoprivredna agencija u suradnji s Hrvatskim pčelarskim savezom pokrenula je tijekom 2014. godine zajednički neobvezni sustav označavanja meda znakom *Med iz Lijepe naše* kako bi se na vidljiv način istaknulo domaći med na tržištu i potrošačima olakšao izbor pri kupnji“ (HPA 2017.). U suradnji s pčelarima kako bi se povećao broj korisnika, naziv znaka se 6. studenog 2017. godine mijenja u *Med hrvatskih pčelinjaka* „...s ciljem informiranja potrošača o podrijetlu i utvrđenoj kvaliteti meda...“ (HPA 2017.).

Sama potrošnja meda ovisi i o njegovim svojstvima, kao što su intrinzična i ekstrinzična obilježja. Prema Mikac (2016.) senzorska ili organoleptička svojstva, koja predstavljaju intrinzična, su boja meda, koja varira od svijetložute do tamnosmeđe te ovisi, kako o samoj vrsti meda i skladištenju, tako i o kemijskim procesima koji se događaju u njemu; aroma; miris i okus, koji su međusobno povezani te ponajprije ovise o vrsti meda, to jest o biljci od koje je med nastao. Osim intrinzičnih, razlikujemo i ekstrinzična, odnosno vanjska obilježja kao što su zemlja podrijetla i cijena koja također imaju ulogu u kupnji meda. Trend povećane svijesti o zdravlju je prisutan diljem svijeta, pa tako i u Hrvatskoj. Prisutnošću određenog trenda raste i potražnja, što utječe i na porast prodaje, ali i povećanje cijene. Prisutnost određenog trenda itekako može utjecati na samu ponudu, no u cilju zadovoljenja potreba potrošača, potrebno je poznavati njihove želje, ali i navike ponašanja. Naime, iako je određene podatke relativno lagano statistički pratiti, kao što je godišnja proizvodnja meda, uvezene i izvezene količine meda, cijena, broj pčelinjih zajednica i mnogi drugi, bitnu ulogu ima i ponašanje potrošača koje

nije toliko jednostavno za pratiti, te se najčešće niti ne istražuje. Od onih koji su istraživali ponašanje potrošača, kao što su Ćirić i sur. (2015.), Zavodna i sur. (2016.), Šánová i sur. (2017.), vidljivo je određeno ponavljanje, točnije preklapanje podataka, koji su ponajprije vezani uz mjesto kupnje, točnije preferencije potrošača o kupnji izravno od proizvođača, kao i podrijetlu meda, odnosno povećanoj konzumaciji lokalnog meda, ali i povezivanje pojma zdravlja s medom od strane potrošača. Poznavanje ponašanja potrošača predstavlja imperativ za uspješno poslovanje na tržištu. Ipak, prema našim saznanjima do danas u Hrvatskoj nisu provedena istraživanja o ponašanju potrošača u kupnji i konzumaciji meda. Isto tako ne zna se koliko su potrošači upoznati s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ te kako percipiraju tu oznaku.

### **1.1. Cilj istraživanja**

Cilj istraživanja bio je:

1. Utvrditi upoznatost potrošača i proizvođača meda o oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“
2. Utvrditi ponašanje potrošača i važnost pojedinih obilježja pri kupnji i konzumaciji meda
3. Ispitati stavove potrošača i proizvođača o oznaci „Med hrvatskih pčelinjaka“.

## 2. Materijali i metode

Za potrebu izrade ovog diplomskog rada provedeno je prikupljanje sekundarnih izvora podataka putem pretraživanja znanstvene i stručne literature hrvatskih i stranih autora na temu meda, točnije njegovih svojstava, ali i pretraživanje podataka o proizvodnji i potrošnji meda u Hrvatskoj, Europskoj uniji, kao i na svjetskoj razini. Kao najčešći izvor podataka korištena je internetska tražilica Google, online platforma za pretraživanje znanstvenih publikacija ResearchGate, kao i stranice Ministarstva poljoprivrede.

Istraživanje je provedeno u dvije faze. U prvoj fazi istraživanja provedeno je online anketno istraživanje na uzorku od 105 ispitanika.

U konačan uzorak su odabrani samo konzumenti meda, odnosno 101 ispitanik. Istraživanje je provedeno u razdoblju od 6. travnja 2020. do 10. svibnja 2020. godine na području Republike Hrvatske. Anketa je objavljena na društvenoj mreži Facebook.

U drugoj fazi istraživanja provedeno je online anketno istraživanje s proizvođačima meda na uzorku od 22 ispitanika. Anketa je objavljena na službenim internetskim stranicama Hrvatske udruge pčelara i Hrvatskog pčelarskog saveza.

### 2.1. Opis ankete s potrošačima meda

Anketni upitnik je sadržavao 31 pitanje. Anketnim upitnikom su obuhvaćena pitanja koja se odnose na ponašanje u kupnji i konzumaciji meda. Osim toga, ispitana je važnost intrinzičnih i ekstrinzičnih obilježja meda, a obilježja su preuzeta iz rada Zhanga (2017.). Ispitanici su na ljestvici od 5 stupnjeva (1-potpuno nevažno, 2-nevažno, 3-niti važno, niti nevažno, 4-važno, 5-jako važno) iskazali važnost intrinzičnih (okus, boja, miris, tekstura, bistrina i čistoća) i ekstrinzičnih obilježja meda (cijena, vrsta meda, izgled pakiranja, veličina pakiranja, proizvođač, oznaka kvalitete, zemlja podrijetla i način proizvodnje). Nadalje, anketnim ispitivanjem su ispitani i razlozi konzumiranja meda kao i stavovi o medu gdje su ispitanici na ljestvici od 5 stupnjeva iskazali stupanj suglasnosti s navedenim izjavama (1-uopće se ne slažem, 2-ne slažem se, 3- niti se slažem, niti se ne slažem, 4-slažem se i 5-u potpunosti se slažem).

Nakon navedenog seta pitanja, slijedio je novi niz pitanja koji se odnosio na upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, (ne)poznavanje tijela koje je uvelo navedeno oznaku, kao i tijela u čijoj je trenutnoj nadležnosti certifikacija oznake. Zatim su obuhvaćena pitanja o učestalosti kupovine meda s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ kao i o važnosti oznake prilikom kupovine, prilikom čega su ispitanici iskazali stupanj suglasnosti na ljestvici od 5 stupnjeva (1- Uopće mi nije važna, 2- Nije mi važna, 3- Niti mi je važna niti nevažna, 4- Važna

mi je, 5- U potpunosti mi je važna). Anketnim upitnikom također su obuhvaćena i pitanja o mjestu kupnje meda s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, izjave o karakteristikama meda s oznakom koje ga izdvajaju od ostalog meda na tržištu, koje su obuhvaćale pridjeve zdraviji, sigurniji, kvalitetniji, pouzdaniji, dostupniji, ukusniji i autentičan. Na navedene izjave, ispitanici su također iskazivali stupanj suglasnosti preko ljestvice od 5 stupnjeva (1- Uopće se ne slažem, 2- Ne slažem se, 3- Niti se slažem niti se ne slažem, 4- Slažem se, 5- Potpuno se slažem), kojom su se u malo drugačijem formatu (1- Uopće nemam povjerenja, 2- Nemam povjerenja, 3- Niti imam niti nemam povjerenja, 4- Imam povjerenja, 5- Imam potpuno povjerenje) ispitanici služili kako bi iskazali stupanj suglasnosti u sljedećem pitanju koje je obuhvaćalo stupanj povjerenja u oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“. Zatim su slijedila pitanja o plaćanju veće cijene za med s oznakom, kao i spremnosti potrošača koji trenutno ne konzumiraju med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ na buduću konzumaciju.

Od sociodemografskih obilježja ispitanici su spol, dob, mjesto stanovanja, broj djece, obrazovanje, broj članova obitelji u zajedničkom kućanstvu i mjesečna primanja kućanstva u kunama.

Rezultati rada su obrađeni u statističkom programskom paketu SPSS, pri čemu je korištena jednovarijantna (frekvencije i distribucija) analiza podataka.

## **2.2. Opis ankete s proizvođačima meda**

Anketni upitnik je obuhvaćao pitanja o poslovno organizacijskoj jedinici, godišnjoj proizvodnji meda, tržišnom poslovanju, tradiciji bavljenja pčelarstvom, broju pčelinjih zajednica, vrsti meda koju proizvode, kanalima prodaje kojima se koriste, godišnjoj prodaji meda, cijeni, mišljenju o zainteresiranosti potrošača za domaći med i mogućnosti povećanja prodaje putem oznaka kvalitete.

Drugi dio upitnika sadržavao je pitanja o upoznatosti s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ i jesu li ispitanici korisnici oznake. Ispitanici su zatim iskazivali stupanj suglasnosti s dosadašnjim iskustvima s oznakom putem ljestvice od 5 stupnjeva (1- Uopće se ne slažem, 2- Ne slažem se, 3- Niti se slažem, niti se ne slažem, 4- Slažem se, 5- Potpuno se slažem). Nadalje, obuhvaćena su pitanja o cijeni po kojoj prodaju med, spremnosti ispitanika na korištenje oznake u budućnosti, odnosno, trenutne korisnike je pitano o nastavku korištenja, a ispitanike koji su označili kako nisu korisnik, je pitano o mogućem budućem korištenju oznake.

Od sociodemografskih obilježja ispitanici su spol, dob, mjesto stanovanja, broj djece, obrazovanje i broj članova obitelji u zajedničkom kućanstvu.

Rezultati rada su obrađeni u statističkom programskom paketu SPSS, pri čemu je korištena jednovarijantna (frekvencije i distribucija) analiza podataka.

### **3. Teorijska osnova**

#### **3.1. Tržište meda u Europskoj uniji i Hrvatskoj**

Svjetsko tržište meda se iz godine u godinu povećava, neovisno o tome govorimo li o broju pčelara, pčelinjih zajednica, proizvodnji ili vrijednosti koju med ostvaruje na tržištu. Glavni razlog tom povećanju je veća briga za zdravlje, prilikom čega potrošači biraju nutritivne i prirodne alternative za šećer, ali i umjetne zaslađivače. Osim pronalaska alternativnog zaslađivača u medu, potrošači su veću pažnju posvetili medu i zbog njegovog sastava koji uključuje minerale, vitamine, proteine i kalcij koji pozitivno utječe na kontrolu težine, metabolizam, smanjenje rizika od dijabetesa, kontroliranje krvnog tiska, ali mu se isto tako pripisuju i antibakterijska i antiupalna svojstva (Grand view research 2019.). Sva navedena nutritivna svojstva i beneficije, uz okus meda, povećale su upotrebu i u industriji hrane i pića. Povećanom potrošnjom, povećavala se i proizvodnja, pa tako i broj pčelara, pčelinjih zajednica, ali i vrijednost meda, no to nije jedini razlog. Treba imati na umu i povećanu svijest brige o okolišu te usko vezanu opću dobrobit s obzirom na to da su pčele najvažniji oprašivači voća i povrća, ukupno oko trećine svjetskih usjeva, što ima direktan pozitivan utjecaj i na druge poljoprivredne proizvodnje izuzev pčelarstva, kao što su voćarstvo i povrtlarstvo.

Podaci iz 2016. godine (Shahbandeh, M. 2019.) govore o tržišnoj vrijednosti meda od 7 milijardi dolara, dok se dvije godine kasnije, 2018. (Grand view research 2019.) vrijednost povećala na 8,4 milijardi dolara. Gledajući na razini Europske unije, prema podacima Europske komisije, ukupni broj pčelara 2019. godine bio je 650 000, te je prethodne godine prosječni broj pčelinjih zajednica po pčelaru bio 21. Europska unija je 2019. godine bila drugi najveći svjetski proizvođač meda, s 230 000 tona meda (Europska komisija 2019.). Usprkos tome, prema izvješću Europske komisije iz 2019. godine, EU nije samodostatna, te pokriva tek 60% potreba za medom, ostalih 40% potreba pokriva primarno uvozom iz Kine, koja je i najveći svjetski proizvođač meda, i Ukrajine.

Tablica 3.1. Proizvodnja meda u tisućama tona i udio svjetske proizvodnje za 2016. i 2017. godinu

	2016	2017	Share of World Production
China	555	543	29%
EU	230	230	12%
Turkey	106	114	6%
Argentina	68	76	4%
Iran	68	70	4%
USA	73	67	4%
Ukraine	59	66	4%
Russia	70	66	4%
India	64	65	3%
Mexico	55	51	3%
Ethiopia	48	50	3%
Brazil	40	42	2%
Canada	39	39	2%
Tanzania	30	30	2%
Republic of Korea	26	27	1%
Angola	23	23	1%
Uruguay	20	20	1%
Viet Nam	17	19	1%
Kenya	26	18	1%
Republic	16	16	1%
Mali	11	15	1%
New Zealand	20	15	1%
Australia	13	13	1%
Other	182	186	10%
	1 859	1 861	

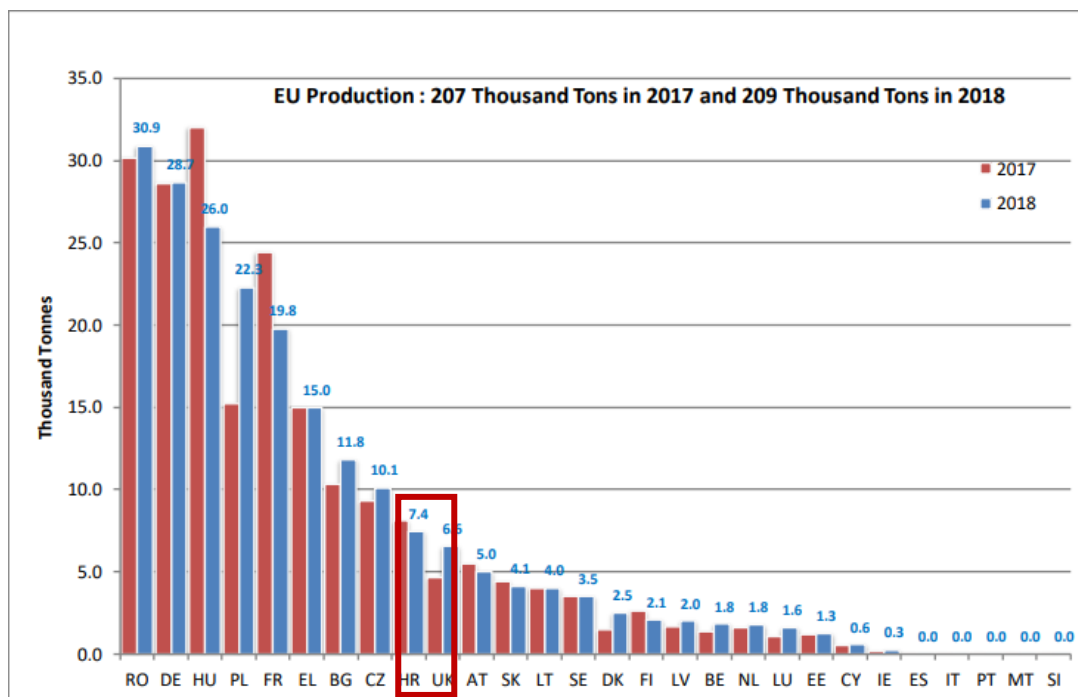
Izvor: European Commission, 2019. Honey market presentation.

[https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey\\_en - pristup 3.5.2020.](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey_en-pristup-3.5.2020)

Što se tiče same cijene meda, točnije multiflornog meda na mjestu proizvodnje na razini Europske unije drži konstantu u razdoblju od 2016.-2018. godine, s prosjekom od oko 6,5 eura po kilogramu.

Podaci za pčelarstvo, točnije za proizvodnju meda u Hrvatskoj za godine 2017. i 2018., nam govore kako se Hrvatska nalazi u top devet država članica Europske unije po proizvodnji meda sa 7 440 tona meda 2018. godine, što je pad od 688 tona meda u usporedbi s prethodnom, 2017. godinom.





Graf 3.1. Proizvodnja meda država članica Europske unije za 2017. i 2018. godinu

Izvor: European Commission, 2019. Honey market presentation.

[https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey\\_en - pristup 3.5.2020.](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey_en-pristup 3.5.2020.)

Po broju pčelara, Republika Hrvatska stoji iznimno loše u usporedbi s ostalim državama članicama Europske unije te bilježi pad u 2018. godini za 370 pčelara u odnosu na 2017. Broj zajednica po pčelaru također bilježi pad, te je u 2018. godini iznosio 51,08.

Tablica 3.2. Broj pčelara i pčelinjih zajednica u Hrvatskoj u razdoblju od 2013. do 2018. godine

Godina	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Broj pčelara	10.265	11.505	12.526	7.200	7.653	7.283
Broj pčelinjih zajednica	547.281	560.424	564.736	351.113	406.407	372.002
Broj zajednica po pčelaru	53,32	48,71	45,09	48,77	53,10	51,08

Izvor: Hrvatski pčelarski savez. Evidencija pčelara i pčelinjaka. Ministarstvo poljoprivrede (2019). Nacionalni pčelarski program za razdoblje od 2020. do 2022. godine.

<https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/poljoprivreda/pcelarstvo/Nacionalni%20p%C4%8Derlarski%20program%202020.-2022..pdf> – pristup 3.5.2020.

Ukupno je u 2018. godini u Republici Hrvatskoj bilo 372 002 pčelinjih zajednica, od čega je većina pčelara (54,81%) posjedovala između 31 i 150 zajednica, dok je 41,52% pčelara koji su imali manje od 30 zajednica.

Cijena multiflornog meda na mjestu proizvodnje u Hrvatskoj se kreće oko prosjeka Europske unije, ali ona ovisi između ostalog i o regiji u kojoj se proizvodi, pa tako cijene variraju od 40 pa sve do 80 kuna za kilogram meda.

Tablica 3.3. Cijene multiflornog meda na mjestu proizvodnje u Hrvatskoj

<b>Regija</b>	<b>Na mjestu proizvodnje (HRK/kg)</b>
Podravina	40-50
Zagreb i županija	50-60
Primorje i Istra	60-70
Srednja Dalmacija	60-80
Južna Dalmacija	80
Slavonija	35-50

Izvor: Hrvatski pčelarski savez. Ministarstvo poljoprivrede (2019). Nacionalni pčelarski program za razdoblje od 2020. do 2022. godine.

<https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/poljoprivreda/pcelarstvo/Nacionalni%20p%C4%8Derlarski%20program%202020.-2022..pdf> – pristup 3.5.2020.

Jedan od problema koji treba spomenuti je porast uvoza meda i njegova niska cijena osobito iz Kine. Podaci Ministarstva poljoprivrede (2019.) govore kako je u prvih deset mjeseci 2018. godine iz Kine uvezeno preko 526 tona meda po prosječnoj cijeni od oko 10 kuna po kilogramu. Osim Kine, treba spomenuti i Španjolsku kao glavnog uvoznika meda u Republiku Hrvatsku, iz koje se 2018. godine uvezlo 730 tona meda, što je porast od 53% u odnosu na 2016. godinu.

Tablica 3.4. Uvoz meda u Hrvatsku za razdoblje od 2013. do 2018. godine

<b>Godina</b>	<b>Kg</b>	<b>€</b>	<b>€/kg</b>
2013.	330.429	803.432	2,43
2014.	544.028	1.264.645	2,32
2015.	962.143	2.368.713	2,46
2016.	1.582.441	3.618.854	2,29
2017.	1.589.177	3.270.093	2,06
2018. (1. – 10. mj)	1.709.389	3.472.778	2,03

Izvor: Hrvatska gospodarska komora. Ministarstvo poljoprivrede (2019). Nacionalni pčelarski program za razdoblje od 2020. do 2022. godine.

<https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/poljoprivreda/pcelarstvo/Nacionalni%20p%C4%8Derlarski%20program%202020.-2022..pdf> – pristup 3.5.2020.

U 2018. godini iz Hrvatske je izvezeno 363 tone meda, što je pad od oko 28% u odnosu na 2016. godinu. Najviše meda (iznad 70%) izvozi se u Bosnu i Hercegovinu i Republiku Kosovo (iznad 15%), po prosječnoj cijeni od 4,17 eura po kilogramu.

Tablica 3.5. Izvoz meda i prodaja na međunarodnom tržištu

<b>Izvoz</b>	<b>Kg</b>	<b>€</b>	<b>€/kg</b>
2013.	161.996	849.430	5,24
2014.	196.091	869.614	4,43
2015.	400.133	1.801.479	4,50
2016.	506.157	1.978.527	3,91
2017.	469.506	1.853.802	3,95
2018. (1. – 10. mj)	363.073	1.514.177	4,17

Izvor: Hrvatska gospodarska komora. Ministarstvo poljoprivrede (2019). Nacionalni pčelarski program za razdoblje od 2020. do 2022. godine.

<https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/poljoprivreda/pcelarstvo/Nacionalni%20p%C4%8Derlarski%20program%202020.-2022..pdf> – pristup 3.5.2020.

U Nacionalnom pčelarskom programu za razdoblje od 2020. do 2022. godine (Ministarstvo poljoprivrede 2019.) se navodi kako pčelari s manjim brojem zajednica većinom (njih  $\frac{3}{4}$ ) prodaju med preko oblika izravne prodaje, kao što je prodaja na mjestu proizvodnje, ili na lokalnim tržnicama, dok tek  $\frac{1}{4}$  pčelara prodaje med preko trgovačkih lanaca i supermarketa.

Stariji podatak iz 2015. godine, dobiven anketiranjem 6,75% registriranih pčelara, govori kako se gotovo pola (49,53%) pčelara bavi pčelarstvom duže od deset godina, dok se njih 30% bavi pčelarstvom do pet godina.

Zbog pada broja pčelara, kao i ukupne proizvodnje meda, ali i porasta uvoza meda po niskim cijenama, Ministarstvo poljoprivrede u suradnji s drugim savezima i agencijama radi na poticajnu, kako domaće proizvodnje, tako i potrošnje, točnije kupovine meda s područja Republike Hrvatske.

### 3.2. Krovne institucije i tijela

Jednu od institucija koje treba spomenuti je ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske koje za razdoblje od tri godine donosi *Nacionalni pčelarski program*. U njemu se obrađuju aktualni problemi i prepreke zabilježeni u prethodnom trogodišnjem razdoblju, zajedno s naputcima o mogućim rješenjima i implementacijama novih i/ili izmijenjenih mjera koje uključuju i financijsku pomoć za određene segmente, kao što je povećanje pčelinjih zajednica, plasiranje na tržište ili pak borba s bolestima pčela. S obzirom na to da je Hrvatska članica Europske unije, navedeni nacionalni pčelarski program za trogodišnje razdoblje se financira iz budžeta Europske unije u obliku provizije, nakon odobrenja Europske komisije, te tu mogućnost Hrvatska koristi već drugi put, točnije za drugo trogodišnje razdoblje od 2020. do 2022. godine.

Samo ministarstvo poljoprivrede, kao krovnu organizaciju, navodi Hrvatski pčelarski savez (HPS), „koja okuplja većinu pčelarskih udruga i pčelara na području Republike Hrvatske,...,u

kojem je 2018. godine bio 6 091 član“ (Ministarstvo poljoprivrede 2019.). Ako pogledamo ukupni broj pčelara koji je 2018. godine bio 7 283, to znači da je čak 84% pčelara učlanjeno u Hrvatski pčelarski savez. Jedan od izvora podataka kojim se ministarstvo poljoprivrede koristi prilikom izrade Nacionalnog pčelarskog programa su ankete koje HPS provodi među svojim članovima, upravo zbog toga što broji većinu pčelara. Hrvatski pčelarski savez, utemeljen 12. prosinca 1954. godine navodi kako su „...oblik dobrovoljnog udruživanja pčelarskih udruga kao temeljnog institucionalnog oblika udruživanja pčelara u Republici Hrvatskoj...“ (Hrvatski pčelarski savez).

Upravo u suradnji s Hrvatskim pčelarskim savezom, Hrvatska poljoprivredna agencija je odlučila uključiti se u sektor pčelarstva na novi način, kako radi pomaganja samim pčelarima, tako i radi promocije autohtonog ili domaćeg meda u Hrvatskoj.

### 3.3. Med hrvatskih pčelinjaka

„Hrvatska poljoprivredna agencija u suradnji s Hrvatskim pčelarskim savezom pokrenula je tijekom 2014. godine zajednički neobvezni sustav označavanja meda znakom *Med iz Lijepe naše* kako bi se na vidljiv način istaknulo domaći med na tržištu i potrošačima olakšao izbor pri kupnji“ (HPA 2017.). U suradnji s pčelarima kako bi se povećao broj korisnika, naziv znaka se 6. studenog 2017. godine mijenja u *Med hrvatskih pčelinjaka* „...s ciljem informiranja potrošača o podrijetlu i utvrđenoj kvaliteti meda...“ (HPA 2017.). Ideja ovog sustava, koja je i realizirana, je ne samo osiguranje sljedivosti od pčelinjaka do stola, već i posljedično povećanje potrošnje, potražnje i konkurentnosti. Radi bolje organiziranosti, Hrvatska poljoprivredna agencija je proširila nadležnost postojećih službi. Nadležnost *Službe za kontrolu kvalitete meda i stočne hrane* se proširila na pružanje usluge prikupljanja uzoraka meda, dok je nova nadležnost *Samostalne službe za neobvezne sustave označavanja i promociju hrvatskih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda* praćenje provedbe projekta i prikupljanje dokumentacije.

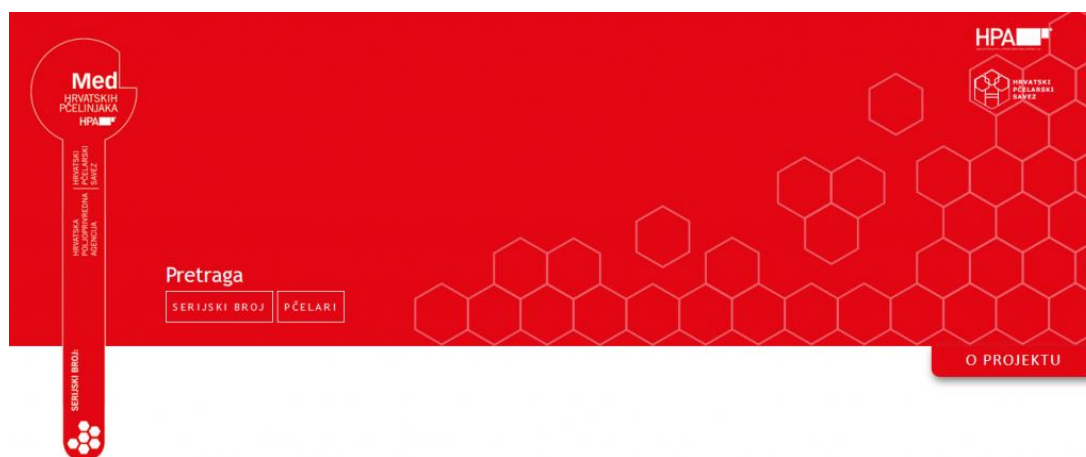


Slika 3.3.1. Znak Med hrvatskih pčelinjaka

Izvor: HPA (2017). Korisnici znaka. <http://hrana-hrvatskih-farmi.hpa.hr/stranica/korisnici-znaka-med> – pristup 7.5.2020.

Podnositelji zahtjeva za dodjelu znaka i naljepnice Med hrvatskih pčelinjaka trebaju imati OPG ili objekt za primarnu proizvodnju pčelinjih proizvoda, te moraju biti upisani u Evidenciju pčelara i pčelinjaka u Republici Hrvatskoj.

Sama naljepnica se lijepi preko poklopca i staklenke, kako bi potrošači bili sigurniji u činjenicu kako nitko prije njih nije otvorio tu staklenku. Na naljepnici se nalazi neponovljivi serijski broj, koji potrošač upisuje u web aplikaciju Med hrvatskih pčelinjaka, nakon čega može saznati podatke o proizvođaču, ali i o samom medu, točnije o kojem se medu radi i gdje je proizveden.



Slika 3.3.2. Web aplikacija Med hrvatskih pčelinjaka

Izvor: HPA. JRDŽ: Baze podataka. Med hrvatskih pčelinjaka. <https://hpa.mps.hr/jrdz-baze-podataka/med-hrvatskih-pcelinjaka/> - pristup 7.5.2020.

### 3.4. Školski medni dan

Kako bi se dodatno promovirao med iz Hrvatske, ali i oznaka „Med hrvatskih pčelinjaka“ provedena je mjera Školski medni dan, koji izuzev prethodno navedenih, za cilj ima i edukaciju djece, kako o prehrambenim navikama i poželjnom povećanom udjelu meda u njihovoj prehrani, tako i o važnosti konzumacije proizvoda od lokalnih proizvođača, i pčelarstva u poljoprivrednoj proizvodnji.

Školski medni dan se provodi u prvim razredima osnovne škole, te uključuje prethodno spomenutu edukaciju, kao i nabavu meda registriranih lokalnih proizvođača koji se pakira u nacionalnu staklenku za med te nosi oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“.

### 3.5. Dokazana kvaliteta

Od siječnja 2020. godine, Hrvatska poljoprivredna agencija službeno postaje dio Ministarstva poljoprivrede, te je time sustav neobveznog označavanja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda „Hrana s hrvatskih farmi i polja“, u sklopu kojeg je i „Med hrvatskih pčelinjaka“ prešao u nadležnost Hrvatske agencije za poljoprivredu i hranu. Samo ministarstvo poljoprivrede početkom 2020. godine je odlučilo „...radi postizanja još veće prepoznatljivosti i promidžbe domaćih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda...“ (Ministarstvo poljoprivrede, 2020.) uspostaviti nacionalni sustav kvalitete poljoprivredno-prehrambenih proizvoda pod nazivom „Dokazana kvaliteta“. U Pravilniku o nacionalnom sustavu kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda „Dokazana kvaliteta“ (2020.) navodi se kako se radi o dobrovoljnom sustavu s, prethodno spomenutim, ciljem postizanja veće prepoznatljivosti i promidžbe poljoprivredno-prehrambenih proizvoda dodane vrijednosti u sektorima proizvodnje i prerade mlijeka, mesa, voća i povrća, uljarica, sektoru ribarstva i akvakulture, sektoru proizvodnje jaja, maslina, brašna, šećera, pa i meda.

S obzirom na dosadašnje postojanje takvog sustava kvalitete pod nazivom „Hrana s hrvatskih farmi i polja“, može se zaključiti kako će upravo „Dokazana kvaliteta“ zamijeniti postojeći sustav s istom namjenom – povećanje promidžbe, pa time i potrošnje, potražnje i konkurentnosti na tržištu.

## 4. Prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku

Odvojeno će se promatrati prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku s obzirom na njegovu složenost. Kada kažemo „složenost“, zapravo mislimo na variranje podataka vezanih uz potrošnju koje pojedine zemlje i/ili institucije objavljuju, što nije toliki problem ako se radi o desecima grama, no postaje problem ako se podaci razlikuju za nekoliko stotina grama. Glavni razlog razlikama u objavljenim podacima je upravo u načinu izračuna prosječne potrošnje. U ovom poglavlju razmotrit će se podaci o prosječnoj potrošnji meda po stanovniku na godišnjoj razini u Slovačkoj, Njemačkoj, Češkoj, SAD-u, Kini i naposljetku Republici Hrvatskoj. Krajnji cilj ovog poglavlja je ukazati na upitnu godišnju potrošnju meda po stanovniku u Hrvatskoj ako ju usporedimo s drugim zemljama i njihovom rangu na svjetskoj ljestvici po potrošnji meda, čak iako podaci mogu varirati.

Ako jednostavno uzmemo podatak iz Tablice 2.1. o ukupnoj svjetskoj proizvodnji meda za 2017. godinu, koji je iznosio 1 861 000 tona, i podijelimo ga s procijenjenim brojem stanovnika u svijetu za 2017. godinu, koji je bio 7 511 milijardi stanovnika, dobijemo broj od 0,245 kg/st., kao svjetski prosjek potrošnje meda.

Sawe (2018.) navodi kako je navedena potrošnja najveća u Srednjoafričkoj Republici sa 3,5 kg/st. (iako je, gledajući samo afričke zemlje, četvrta po godišnjoj proizvodnji), zatim slijedi Novi Zeland s 2 kg/st. (iako se nalazi na desetom mjestu po svjetskom poretku po proizvodnji meda), i na trećem mjestu Slovenija koja ima prosječnu godišnju potrošnju po stanovniku od 1,6 kg.

Tablica 4.1. Dnevna potrošnja meda po stanovniku u gramima

Rank	Country	Daily Grams of Honey Consumed Per Capita
1	Central African Republic	9.62
2	New Zealand	5.55
3	Slovenia	4.4
4	Greece	4.24
5	Switzerland	3.87
6	Austria	3.62
7	Turkey	3.33
8	Ukraine	3.15
9	Slovakia	3.02
10	Montenegro	3.01

Izvor: Sawe E. B. (2018). Countries that consume the most honey. WorldAtlas.

<https://www.worldatlas.com/articles/countries-that-consume-the-most-honey.html> - pristup 6.5.2020

Navedeni podaci mogu se potkrijepiti s FAO-ovom publikacijom (2019.) koja navodi isti poredak i dnevnu potrošnju meda po stanovniku u gramima:

Tablica 4.2. Dnevna potrošnja meda po stanovniku u gramima

1	Central African Republic	9.62	6	Austria	3.62
2	New Zealand	5.55	7	Turkey	3.33
3	Slovenia	4.4	8	Ukraine	3.15
4	Greece	4.24	9	Slovakia	3.02
5	Switzerland	3.87	10	Montenegro	3.01

Izvor: FAO (2019). Honey. CA4657EN/1/05.19. <http://www.fao.org/3/ca4657en/ca4657en.pdf> – pristup 6.5.2020.

Nadalje, Šedik i sur. (2018.) navode kako je zabilježen porast prosječne godišnje potrošnje meda po stanovniku u Slovačkoj sa 0,4 kg 2003. godine, na 1 kg 2018. godine, što je povećanje od 0,6 kg u 15 godina. Navedeni podatak od 1 kg/st. se podudara s podacima Sawe-a (2018.) i FAO-a (2019.).

S druge strane, GeoHoney (2020.) navodi kako je najveća prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku, gledajući Europu, u Austriji, Njemačkoj i Švicarskoj s preko 1kg/st. Gateway&Partners (2018.) potvrđuju navedeni podatak: „Njemačka je u top 5 vodećih potrošača meda u svijetu s godišnjom domaćom potrošnjom od 95 000 tona u 2017. i prosječnom potrošnjom po stanovniku od 1,1-1,2 kg/god.“, s dodatnim objašnjenjem kako u Njemačkoj postoji dobro očuvana tradicija konzumacije meda za doručak.

Šánová i sur. (2016.) u svom radu navode kako je prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku u Češkoj 2013. godine bila 0,7 kilograma, uz podatke o visokoj potrošnji u Njemačkoj, dapače vodećoj potrošnji u Europskoj uniji što potvrđuje nalaze GeoHoneya (2020.) i Gateway&Partnersa (2018.). Osim potrošnje u Njemačkoj, Šánová i sur. (2016.) navode i podatke iz 2013. godine o visokoj godišnjoj potrošnji meda po stanovniku u Grčkoj od 1,7 kilograma, koji su slični podacima Sawe-a (2018.) i FAO-a (2019.) koji stavljaju Grčku na četvrto mjesto po svjetskoj potrošnji meda, s prosječnom godišnjom potrošnjom meda od 1,55 kilograma po stanovniku.

Matthews i sur. (2019.) navode podatke iz 2017. godine o godišnjoj potrošnji meda po stanovniku u SAD-u od 0,83 kilograma, odnosno navode porast potrošnje u SAD-u. Navode kako potrošnja raste zadnjih 20 godina, no najveća razlika je između 1997. godine, kada je ukupna potrošnja bila oko 147 420 tona meda, i 2009. godine kada je potrošnja bila oko 192 780 tona (za usporedbu, 2017. godine ukupna potrošnja bila je oko 270 340 tona meda). Kao jedan od razloga za toliko povećanje potrošnje meda u SAD-u, Matthews i sur. (2019.) navode povećanu upotrebu meda u prehrambenoj industriji, točnije u proizvodnji kruha i kolača. S obzirom na porast potražnje, godišnja proizvodnja meda, zabilježena 2017. godine, od oko 67 132 tona nije dostatna za pokrivanje potrošnje, što je rezultiralo povećanim uvozom meda u SAD (oko 202 990 tona meda u 2017. godini). Matthews i sur. (2019.) u svom radu navode i



cijeli postupak izračuna podatka o prosječnoj godišnjoj potrošnji meda po stanovniku u SAD-u za 2017. godinu:

*(proizvodnja + uvoz + zalihe na kraju 2016. godine) – (izvoz + zalihe na kraju 2017. godine).*

Zhang (2018.) navodi u svom radu, izuzev vodeće proizvodnje meda u svijetu, porast potrošnje meda u Kini i to za 5-10% godišnje od 2008. godine, pa je tako prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku u Kini, 2001. godine bila 0,11 kilograma, dok je 2012. godine bila 0,3 kilograma. Kao razloge kontinuiranog porasta potrošnje navodi povećane prihode, porast svijesti o zdravlju i diverzifikaciju proizvodnje. Zhang (2018.) navodi kako se i dalje radi o maloj potrošnji, te za usporedbu prilaže podatke Bogdanova iz 2008. godine, o godišnjoj potrošnji meda po stanovniku u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj koji se kreću od 1 do 1,8 kilograma. Ako usporedimo navedene podatke sa radom Sawe-a (2018.) i FAO-ovom publikacijom (2019.), oni se poklapaju ako gledamo Austriju i Švicarsku, ali ne i Njemačku. Ako pak podatke usporedimo s radom GeoHoneya (2020.) i Gateway&Partnersa (2018.), oni se u potpunosti poklapaju.

Za kraj pregleda podataka o potrošnji meda u svijetu, slijedi pregled podataka Bogdanova (2017.) koji u svom radu prilaže tablicu koja između ostalog sadrži podatke o godišnjoj potrošnji meda po stanovniku pojedinih država, dobivenih na temelju podataka FAOSTAT-a iz 2009., 2010. i 2011. godine te ostalih podataka (Bogdanov ne navodi o kojim podacima se točno radi) s online stranice *beekeeping* (Tablica 2.1.3.). U tablici je vidljiva država s najmanjom godišnjom potrošnjom meda po stanovniku od 0,5 kilograma, kao i država s najvećom potrošnjom meda po stanovniku, a to je Grčka s potrošnjom od 1,5 kilograma. Podatak o Grčkoj poklapa se s prethodno obrađenim podacima od Sawe-a (2018.), FAO-a (2019.) i djelomično sa Šánová-om i sur. (2016.). Dalje uspoređujući podatke, imamo djelomično poklapanje podataka od Bogdanova (2017.) za Kinu, koji navodi potrošnju od 0,25 kilograma, i Zhanga (2018.) koji navodi potrošnju od 0,3 kilograma, s time da su njegovi podaci godinu dana stariji od podataka od Bogdanova, te obrazlaže kontinuiran porast potrošnje na godišnjoj razini od 5 do 10%. Također se mogu usporediti podaci iz SAD-a, točnije podaci Matthews-a i sur. (2019.) koji navodi podatak o potrošnji od 0,83 kilograma, i Bogdanova (2017.) koji navodi podatak o potrošnji od 0,6 kilograma. Prikazani podaci se razlikuju za 6-8 godina, te možemo reći kako se poklapaju. Te za kraj, Bogdanov navodi podatak o godišnjoj potrošnji meda po stanovniku u Njemačkoj, od 1 kilograma, koji se poklapa s podacima navedenim u radovima GeoHoneya (2020.), Gateway&Partnersa (2018.) i Zhanga (2018.), iako su podaci koje Zhang prilaže, zapravo preuzeti od Bogdanova iz 2008. godine.

Tablica 4.3. Proizvodnja, promet i konzumacija meda i pčelarstvo u pojedinim zemljama

Country	Prod t/year *	Export t/year*	Import t/year	Cons. t/year	Cons kg p cap	Bee-keepers	Col. p beek	Col. p. km <sup>2</sup>	harvest kg/col
China	411'000	90'000	2'300	323'000	0.25	600'000	12	0.7	59
Turkey	86'000	1'100	3	84'900	1.1	150'000	29	5.5	21
Argentina	65'600	63'000	120	2'700	0.1	18'000	106	0.7	35
Ukraine	61'600	7'600	43	54'000	1.2	50'000	60	5	21
USA	71'200	7'400	113'400	177'200	0.6	125'000	24	0.3	24
Mexico	56'600	26'800	40	35'800	0.3	45'000	44	1.0	28
Russia	55'000	130	4'400	51'600	0.4	300'000	10	0.2	18
India	58'300	20'000	1'500	39'800	0.05	150'000	67	0.2	6
Ethiopia	45'000	500	2	44'500	0.5	1'000'000	10	10	4.5
Brazil	39'500	23'000	0	16'500	0.1	300'000	8	0.3	16
Spain	33'600	18'900	17'900	32'600	0.7	25'000	72	3.6	18
Canada	33'700	12'000	4'000	25'500	0.8	13'000	38	0.05	68
Germany	21'800	20'000	83'300	85'100	1.0	89'000	10	2.4	24
Hungary	18'800	13'500	248	5'300	0.5	16'000	38	6.5	65
France	14'400	3'900	25'000	35'500	0.5	84'000	16	2.5	11
Greece	14'900	700	2'100	16'300	1.5	23'500	54	9.7	12
Australia	14'200	6'200	3'700	11'700	0.5	6'300	107	0.1	21
UK	6'900	2'300	32'500	37'100	0.6	43'900	6	1.0	26
Japan	2'600	100	39'200	41'700	0.3	7'235	31	0.6	12
Min.	2600	100	0	2'700	0.05	480	4	0.05	4.5
Max.	411'000	90'000	113'400	323'000	1.5	1'000'000	106	10	68

Izvor: Bogdanov, S. (2017). Honey – Control and trade. Book of Honey [online].

Na temelju obrađenih podataka pojedinih zemalja iz nekoliko izvora (ako izuzmemo države koje nisu obrađene kao što su Srednjoafrička Republika, Novi Zeland, Slovenija, Turska, Ukrajina i Crna Gora) u razdoblju od 2011. do 2019. godine, svjetski poredak zemalja po prosječnoj godišnjoj potrošnji meda po stanovniku izgleda ovako:

Tablica 4.4. Poredak pojedinih zemalja po prosječnoj godišnjoj potrošnji meda po stanovniku

Grčka	Austrija	Švicarska	Njemačka	SAD	Češka	Kina
1,5-1,7 kg	~ 1 kg	~ 1 kg	1 kg	0,86-0,6	0,7	0,3-0,25

Izvor: Izrada autora, 2020. godina

Kao što je vidljivo iz svih navedenih podataka, potrošnja varira, te je pretpostavka kako variranje ovisi o načinu izračuna, ali se može usporedbom podataka doći do okvirnog svjetskog poretka po potrošnji meda. Najčešće se računa na temelju postojećih podataka o proizvodnji, uvozu, izvozu i ukupnom broju stanovnika u određenoj godini, te iz tog razloga može doći do ne preklapanja podataka. Na isti se način i u Republici Hrvatskoj računa na temelju postojećih podataka, pa je tako preko FAOSTAT-a vidljiv zadnji dostupni podatak za 2017. godinu, koji govori kako je prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku u Republici Hrvatskoj bila 2,2 kilograma. S obzirom na to da je navedeno kako je vrijednost izračunata na temelju ostalih

relevantnih podataka možemo izračunati i podatak za 2018. godinu koji kaže da je prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku 2,15 kilograma, koji se dobije na sljedeći način<sup>1</sup>:

$$\text{prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku} \\ = \frac{\text{ukupna godišnja proizvodnja meda [kg]} + \text{ukupni uvoz meda [kg]} - \text{ukupni izvoz meda [kg]}}{\text{ukupni broj stanovnika}}$$

### ***prosječna potrošnja meda u 2018. godini po stanovniku u Hrvatskoj***

$$= \frac{7440\ 000 + 1709\ 389 - 363\ 073}{4\ 087\ 843} = 2,15 \text{ kg/st.}$$

Prema podacima s FAOSTAT-a, izračunatog podatka na temelju dostupnih vrijednosti iz Nacionalnog pčelarskog programa za razdoblje od 2020. do 2022. godine (*vidi* Graf 3.1., Tablica 3.4., Tablica 3.5.), kao i obradom dostupnih podataka o potrošnji za druge zemlje, izgledno je kako bi Hrvatska trebala bi u top pet zemalja u svijetu po prosječnoj godišnjoj potrošnji meda po stanovniku, što se ne poklapa s podacima koji su objavljeni od Sawe-a (2018.) i FAO-a (2019.).

Jedan od problema kod ovakvog načina izračuna potrošnje, je neuzimanje u obzir količinu zaliha koja je ostala od prošle godine koja se treba pribrojati proizvodnji i uvozu, kao ni zaliha koje su ostale u aktualnoj godini koja bi se treba oduzeti zajedno s izvozom. Takav način izračuna prakticirali su Matthews i sur. (2019.) u svom radu, no opet treba uzeti u obzir kako su jedino oni i objasnili način na koji su došli do podataka o potrošnji. Još jedan problem koji treba spomenuti, a tiče se upravo Hrvatske, je „sivo tržište“ koje veže sektor pčelarstva. Nitko ne zna koliko zapravo ima pčelara u Republici Hrvatskoj, ako uzmemo u obzir i neregistrirane, a to predstavlja problem, između ostalog, i za izračun potrošnje, s obzirom na to da potrošači i od njih kupuju med. Upravo zbog „sivog tržišta“ upitna je ne samo stvarna proizvodnja meda, nego i stvarna potreba stanovništva Hrvatske za medom. Može se samo pretpostaviti kako je prosječna godišnja potrošnja meda po stanovniku u Republici Hrvatskoj oko 2 kilograma, no tu se postavlja pitanje o potrebnoj količini uvoza, kao i svjetskim ljestvicama potrošnje koje, možebiti, ne afirmiraju Hrvatsku kao velikog konzumenta meda.

---

<sup>1</sup> Pretpostavka autora na temelju poklapanja vrijednosti za prethodne godine dostupnih preko FAOSTAT-a i navedenog načina izračuna.

## 5. Pregled dosadašnjih istraživanja o potrošačima meda

Iako je u nekim zemljama potražnja za medom veća nego u drugima, ponajprije zbog običaja i tradicije, svi su svjesni povećane svijesti i brige o zdravlju. Kao posljedica tog trenda, raste i potražnja za medom upravo zbog njegovih nutritivnih karakteristika, svojstava i velikog broja benefita koje med ima na zdravlje, a koji iz dana u dan raste porastom istraživanja. Kako bi određena potreba i želja bila zadovoljena, ona se treba i istražiti. U ovom slučaju, pčelari, točnije proizvođači meda su ti koji bi trebali znati, ili barem probati razumjeti ponašanje potrošača, kako bi mogli zadovoljiti njihovu potrebu. Ponašanje potrošača sastoji se od odabira, kupnje, konzumacije i upotrebe proizvoda i usluga, a navedeno ovisi o vanjskim (demografski, ekonomski, geografski i sociološki faktori) i unutarnjim (motivi, stavovi, osobnost i mentalno stanje) faktorima. Ponašanje potrošača uključuje niz pitanja na koje je potrebno odgovoriti, kao što su što, zašto, kako, gdje, kada i koliko često ljudi kupuju proizvode i/ili usluge. Upravo iz tog razloga, kao pomoć pčelarima, nastaju istraživanja s ciljem identificiranja motiva, stavova i kupovnih ponašanja potrošača meda.

Ćirić i sur. (2015.) proveli su upravo takvo istraživanje u Vojvodini, područje Fruške Gore, koja se smatra posebno povoljnom za pčelarstvo, točnije proizvodnju meda. Ispitivanje je provedeno tijekom srpnja i kolovoza 2014. godine, u 25 gradova i sela putem ankete na uzorku od 500 ispitanika. U istraživanju je 94% ispitanika odgovorilo potvrdno na pitanje konzumiraju li med, od toga 42% ispitanika kupuje med svaka tri mjeseca najčešće (55% ispitanika) u staklenkama od jednog kilograma. Najviše konzumiraju bagremov (23% ispitanika) i multiflorni (20% ispitanika) med, te se kupovina meda najčešće odvija direktno s pčelalom (40,6% ispitanika) i na zelenoj tržnici (31,6% ispitanika). Najveći broj ispitanika ima između 20 i 40 godina (68% ispitanika), te općenito barem djelomično jedu zdravo i bave se fizičkom aktivnosti.

Zavodna i sur. (2016.) proveli su istraživanje u Češkoj koje se kao i prethodno sastojalo od osnovnih demografskih pitanja, dok su se ostala pitanja odnosila na stavove o kupovini direktno od pčelara, kao i o ekološki prihvatljivim proizvodima/uslugama. Istraživanje je provedeno u razdoblju od travnja do lipnja 2015. godine putem upitnika. Ukupno je skupljeno 512 ispitanika, najviše u rasponu od 21 do 30 (32,8% ispitanika) i od 41 do 55 (32,4% ispitanika) godina. Oko 77% ispitanika odgovorilo je kako kupuje med, od kojih je preko 90% odgovorilo kako pčelinje proizvode smatra zdravima, te kako je med kupljen direktno od pčelara kvalitetniji i zdraviji od meda kupljenog u trgovini. Preko 59% ispitanika je spremno platiti više za proizvod/uslugu koja je ekološki prihvatljiva.

Istraživanje koje je provedeno od strane Šánová i sur. (2017.) također u Češkoj, točnije u pokrajini Središnja Češka i Pragu, na uzorku od 234 (odabrane) ankete, trajalo je od lipnja do kolovoza 2015. godine. Najbrojnija skupina ispitanika (32,1%) imala je između 30 i 44 godina. Rezultati istraživanja navode kako 63,8% potrošača meda obraća pozornost na njegovo podrijetlo, ali isto tako, ispitanici naglasak stavljaju i na cijenu i stupanj kristalizacije meda, kao važne karakteristike. Šánová i sur. (2017.) nadalje, na temelju dobivenih podataka vrše

hijerarhijsku klaster analizu, putem koje se „...provodi uspoređivanje jedinica promatranja prema njihovim međusobnim odstupanjima,...treba izabrati i odgovarajuću mjeru razvrstavanja...“ (Puška i sur. 2016.). Nakon provedene analize, Šánová i sur. (2017.) razlikuju dvije grupe potrošača meda koje uspoređuju s prosječnim potrošačima: prvi klaster potrošača se usredotočuje na podrijetlo, cijenu i kristalizaciju meda, točnije manjak iste, dok se drugi klaster potrošača usredotočuje na podrijetlo, cijenu i organsku kvalitetu meda.

Pocol i sur. (2013.) su proveli istraživanje u sjeverozapadnoj Rumunjskoj u razdoblju od ožujka do travnja 2012. godine putem anketa koje su se ispunjavale preko intervjua na uzorku od 1 449 ispitanika koji su većinom pripadali skupinama od manje od 25 do 40 godina (64% ispitanika). Većina ispitanika (75%) je izjavila kako je med tradicionalna hrana koja pripada u viši cjenovni rang, ali ne nužno u skupinu luksuznih proizvoda. Čak 83% ispitanika kupuje med koji je podrijetlom iz Rumunjske, dok 60% ispitanika preferiraju med lokalnih proizvođača (pčelara). Najpopularnije vrste meda u Rumunjskoj prema provedenoj anketi su bagremov i multiflorni med.

Nakon pregleda „slavenskih“ istraživanja, treba spomenuti Cosmina i sur. (2015.) koji su u razdoblju od siječnja do srpnja 2014. godine proveli istraživanje u Italiji putem upitnika na uzorku od 427 ispitanika koji su ispunjavali ankete u šoping centrima. Najveći broj ispitanika (45%) je imalo između 41 i 55 godina. Kao najvažnije karakteristike, ispitanici su izdvojili podrijetlo (72,9%) i cijenu (18,7%), te ih većina preferira kupovati med direktno od pčelara.

Nadalje, Lymperl i sur. (2020.) su istražili ponašanje potrošača meda u Ateni (Grčka) putem anketa u razdoblju od siječnja do travnja 2019. godine na uzorku od 138 ispitanika. Preko 60% ispitanika imalo je između 26 i 45 godina. Skoro 45% ispitanika kupuje med direktno od proizvođača. Lymperl i sur. (2020.) istraživali su i senzorska (organoleptička) svojstva meda, točnije njihovu važnost kod potrošača meda. Većina ispitanika naglašava važnost i okusa, arome, teksture i boje meda prilikom kupnje i konzumacije. Izjave kako je med cjenovno pristupačan i skup prehrambeni proizvod dobile su prosječne ocjene, te su Lymperl i sur. (2020.) zaključili kako cijena ne igra važnu ulogu kod potrošača prilikom kupovine meda. S druge strane većina ispitanika preferira lokalnu proizvodnju, točnije med grčkog podrijetla, kao i med s određenom oznakom/certifikatom.

Iako nešto starije istraživanje treba spomenuti i istraživanje Murphy-a i sur. (2000.) koji su prije 20 godina proveli istraživanje o potrošačima meda u Corku i Dublinu (Irska), te nam mogu pružiti određeni kronološki slijed promjena ponašanja potrošača ako ih promatramo na području Europe kao cjeline. Murphy i sur. (2000.) koristili su se metodom intervjua na uzorku od 153 ispitanika. Kao najvažnije karakteristike, ispitanici su izdvojili cijenu (26% ispitanika), teksturu (25% ispitanika) i pakiranje (19% ispitanika). Murphy i sur. (2000.) također su identificirali tri segmenta, klastera potrošača s različitim potrebama. Potrošači iz prvog klastera su najviše zainteresirani za kupovinu meda direktno od pčelara, te im cijena meda prilikom kupnje ne igra veliku ulogu, za razliku od trećeg klastera koji je najosjetljiviji na cijenu od sva tri identificirana klastera, te potrošači iz ovog klastera najčešće kupuju med od velikih

proizvođača, no s druge strane upravo treći klaster najčešće kupuje med. Drugi identificirani klaster nalazi se u sredini, između navedena dva klastera koja, možemo tako reći, predstavljaju određene krajnosti u ponašanju potrošača.

Nakon obrađenih istraživanja na prostoru Europe, napraviti će se i pregled istraživanja s prostora Sjeverne Amerike, Afrike i Kine. Wu i sur. (2014.) proveli su istraživanje u Sjedinjenim Američkim Državama, na uzorku odraslih potrošača meda na sveučilištu u sjeveroistočnom dijelu SAD-a, čiji je prosjek godina bio oko 42. Veliki broj ispitanika se složio s izjavom kako se kupnjom domaćeg meda podržava lokalni posao i ekonomija, ali i kako ima pozitivan učinak na lokalnu zajednicu. Također veliki broj ispitanika smatra kako mali proizvođači imaju kvalitetniji med od velikih tvrtki koje proizvode med.

Gyau i sur. (2014.) 2011. godine provode istraživanje u Demokratskoj Republici Kongo. U svom radu naglašavaju važnost meda za ljude kako u Kongu tako i općenito na prostorima Subsaharske Afrike. Prvi dio istraživanja sastojao se od informativne ankete provedene kod proizvođača i prodavača meda, dok se drugi dio sastojao od dvije fokus grupe (u jednoj grupi su bili muškarci, a u drugoj žene), s 12 potrošača meda, na temelju čijih odgovora Gyau i sur. (2014.) rade anketu za prikupljanje kvantitativnih podataka na uzorku od 214 ispitanika, koji su u prosjeku imali 42 godine. Skoro 52% ispitanika otkrivaju kako cijena meda izuzetno utječe na njihov izbor, dok njih 40,7% jako važnost pridaje i pakiranju. Boja meda izuzetno utječe na kupovinu tek 36,4% ispitanika, a djelomično okus na 42,5% njih. Sveukupno 62,6% ispitanika podjednako smatra kako podrijetlo meda djelomično ili jako utječe na njihovu kupovinu.

Zhang (2018.) 2018. godine provodi istraživanje u Kini, točnije u pokrajini Tonglu u razdoblju od 20. travnja do 10. svibnja. Skoro pola ispitanika (48,4%) imalo je između 25 i 35 godina, te ih većina (44%) kupuje med jednom ili dvaput godišnje. Mjesto kupovine se razlikuje od ispitanika do ispitanika, no najviše je zastupljena izravna kupovina od lokalnog pčelara (40% ispitanika) i kupovina u supermarketu (30% ispitanika), te 80% ispitanika kupuje domaći (kineski) med. Zhang (2018.) je ispitivao i razlog konzumacije meda te ispitanici podjednako konzumiraju med u svrhu prirodnog zaslađivača, kao zdravi suplement, kao prirodnu kozmetiku ili za konzumaciju kao „stolni“ med, dok nešto manje konzumiraju u svrhu upotrebe meda kao umaka za kuhanje (14%) ili kao lijek (12%).

Na temelju navedenih istraživanja, iako su neka provedena u velikom vremenskom odmaku, određena u razmaku od čak 20 godina, mogu se izvući određeni zaključci iz područja ponašanja potrošača. Prvi je, koji je neovisan o lokaciji provedbe istraživanja, kako potrošači preferiraju domaći, lokalni med, ali i direktan kontakt sa samim pčelarom. Osim podrijetla i načina kupnje, potrošači izdvajaju i senzorska svojstva meda kao bitan faktor odluke o kupovini, kao i cijenu, koja doduše ne predstavlja svugdje odlučujući čimbenik, što dakako ovisi i o ekonomiji pojedine države u kojoj se istraživanje provodi, točnije o kupovnoj moći potrošača.

## 6. Rezultati ankete s potrošačima meda

### 6.1. Sociodemografska obilježja ispitanika

Sociodemografska obilježja ispitanika prikazana su u Tablici 6.1.1.

Tablica 6.1.1. Sociodemografska obilježja ispitanika

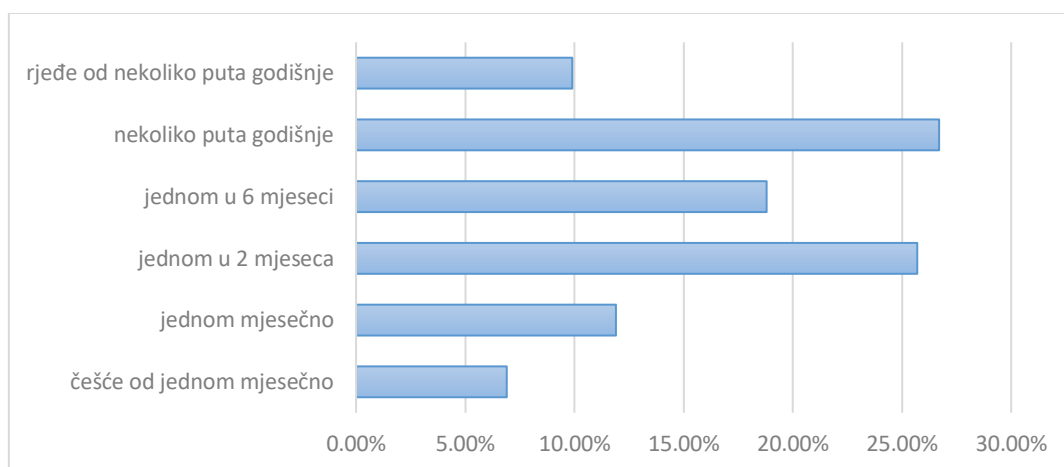
Obilježja ispitanika		N	%
Spol	Muško	24	23.8
	Žensko	77	76.2
Dob	18-25	62	61.4
	26-40	24	23.8
	41-55	13	12.9
	56-70	2	2
	više od 70	/	0
Mjesto stanovanja	Grad	81	80.2
	Selo	20	19.8
Djeca	bez djece	83	82.2
	1-2	14	13.9
	3	3	3
	više od 3	1	1
Obrazovanje	osnovna škola	/	0
	srednja škola	23	22.8
	visoka stručna sprema	76	75.2
	doktorat	2	2
Članovi kućanstva	samac/samkinja	3	3
	2-3	40	39.6
	4-5	50	49.5
	više od 5	8	7.9
Mjesečni dohodak kućanstva	do 4.000 kuna	7	6.9
	od 4.001 do 6.000 kuna	15	14.9
	od 6.001 do 8.000 kuna	18	17.8
	od 8.001 do 10.000 kuna	16	15.8
	više od 10.000 kuna	27	26.7
	Ne želim odgovoriti	18	17.8

Od ukupno 101 ispitanika koji su ušli u uzorak, 23,8% je muških ispitanika i 76,2% ženskih ispitanika. Najveći broj ispitanika (61,4%) je u dobi od 18 do 25 godina, dok je 23,8% njih u dobi od 26 do 40 godina. Čak 80,2% ispitanika živi u gradu, većina (82,2%) nema djecu, te oko

75% ispitanika ima završen oblik višeg/visokog obrazovanja. Skoro pola ispitanika (49,5%) živi u kućanstvu s 4 do 5 člana obitelji, te 26,7% kućanstava ima mjesečni dohodak viši od 10.000 kuna.

## 6.2. Ponašanje u kupnji i potrošnji meda

Prema učestalosti kupovine meda, najveći udio (26,7%) ispitanika kupuje med nekoliko puta godišnje, dok njih 25,7% kupuje med jednom u dva mjeseca.



Graf 6.2.1. Učestalost kupnje meda

U Tablici 6.2.1. prikazane su vrste meda koju ispitanici najčešće konzumiraju, te su imali mogućnost višestrukog izbora. Svi anketirani ispitanici odgovorili su kako konzumiraju med od amorfe. Uz navedeni med, 74,3% ispitanika konzumira i cvjetni med, dok njih 52,5% konzumira bagremov med.

Tablica 6.2.1. Vrsta konzumiranog meda

Vrsta meda	N	%
amorfa	101	100
cvjetni med	75	74.3
bagrem	53	52.5
livadni med	38	37.6
šumski med	13	12.9
kesten	12	11.9
lipa	10	9.9
multiflorni med	6	5.9
kadulja	2	2
vrijesak	1	1
metvica	1	1
medljikovac	1	1

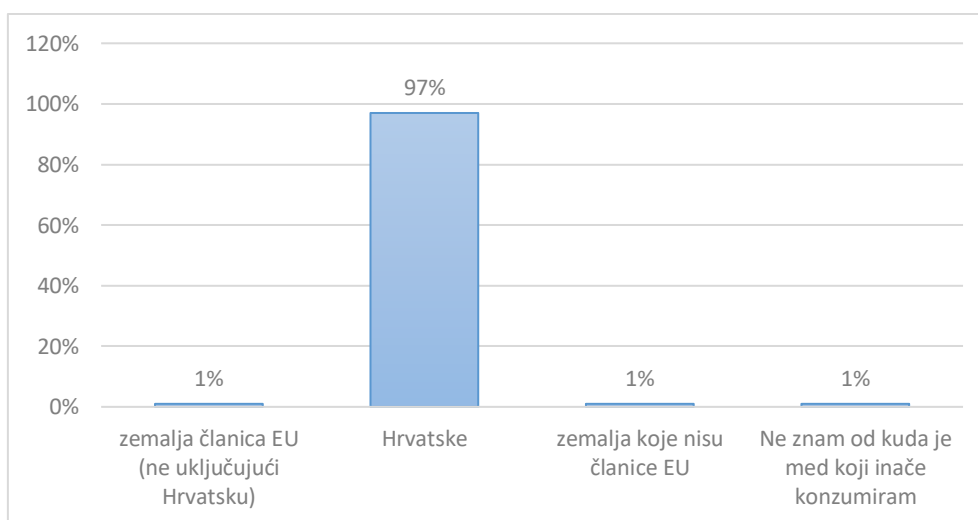


Na pitanje „Gdje najčešće kupujete med“, ispitanici su imali ponuđen višestruki izbor, te ih je 80,2% odgovorilo kako kupuje izravno od proizvođača, dok ih 21.7% kupuje med na gradskoj tržnici.

Tablica 6.2.2. Mjesto kupnje meda

Mjesto kupnje	N	%
Izravno od proizvođača	81	80.20%
Na gradskoj tržnici	22	21.70%
Na sajmovima	17	16.80%
U supermarketu	15	14.80%
U specijaliziranim trgovinama	8	7.90%
U drogerijama	0	0.00%
Preko interneta	0	0.00%

Na idućem grafu prikazano je podrijetlo meda koji ispitanici najčešće konzumiraju, te ih je većina (97%) odgovorila kako kupuje med iz Republike Hrvatske.



Graf 6.2.2. Podrijetlo meda

U Tablici 6.2.3. prikazane su ocjene važnosti unutarnjih obilježja meda pri kupnji meda. Kao najvažnija unutarnja obilježja pokazali su se okus (sa srednjom vrijednosti od 4.42), tekstura

(sa srednjom vrijednosti od 4.09), miris i čistoća meda (s podjednakim srednjim vrijednostima od 4.04). Bistrina i boja meda dobili su prosječne ocjene od 3.72 i 3.63.

Tablica 6.2.3. Važnost unutarnjih obilježja pri kupnji meda

Parametar	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
Okus	4.426	0.898
Tekstura (gustoća)	4.089	0.907
Miris	4.040	0.882
Čistoća	4.040	0.969
Bistrina	3.723	1.021
Boja	3.634	1.155

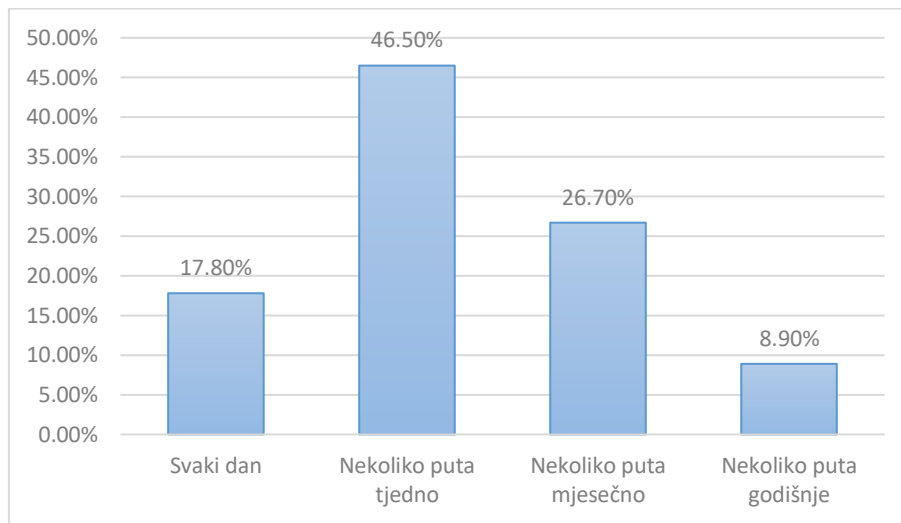
U Tablici 6.2.4. su pak prikazane ocjene važnosti vanjskih obilježja meda pri kupnji meda. Kao najvažnija vanjska obilježja pokazala su se zemlja podrijetla (sa srednjom vrijednosti od 4.23), proizvođač (sa srednjom vrijednosti od 4.11), oznaka kvalitete (sa srednjom vrijednosti od 3.92), vrsta meda (sa srednjom vrijednosti od 3.87) i način proizvodnje meda (sa srednjom vrijednosti od 3.74). Cijena i veličina pakiranja kao vanjska obilježja meda dobila su prosječnu ocjenu od 3.55, odnosno 3.5, dok se izgled pakiranja kod ispitanih potrošača nije pokazao toliko bitnim, sa srednjom vrijednosti od 2.42.

Tablica 6.2.4. Važnost vanjskih obilježja pri kupnji meda

Parametar	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
Zemlja podrijetla	4.277	0.950
Proizvođač	4.109	1.009
Oznaka kvalitete	3.921	0.987
Vrsta meda	3.871	0.879
Način proizvodnje (eko, konvencionalni,..)	3.743	1.128
Cijena	3.554	0.818
Veličina pakiranja	3.505	0.945
Izgled pakiranja	2.416	0.840

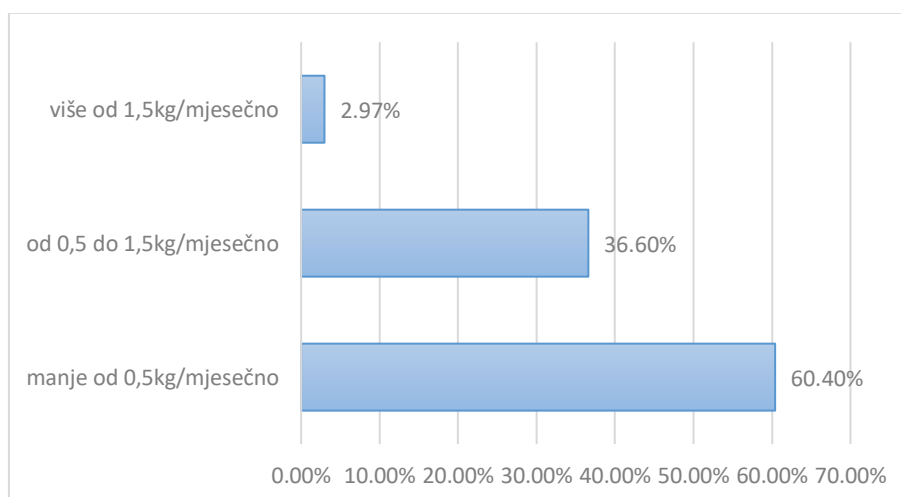
Na Grafu 6.2.3. prikazana je učestalost konzumacije meda. Skoro pola ispitanih potrošača (46,5%) odgovorilo je kako med konzumiraju nekoliko puta tjedno, dok njih 26,7% med

konzumira nekoliko puta mjesečno. Svaki dan konzumira med 17,8% ispitanih potrošača, a tek njih 8,9% konzumira med nekoliko puta godišnje.



Graf 6.2.3. Učestalost konzumacije meda

Nakon podataka o učestalosti kupnje, slijede podaci o količini meda koju potrošači konzumiraju prikazani na Grafu 7.2.4.. Manje od 0,5 kilograma meda mjesečno konzumira 60,4% ispitanika, dok njih 36,6% konzumira od 0,5 do 1,5 kilograma mjesečno, a tek 2,97% ispitanika konzumira više od 1,5 kilograma meda mjesečno.



Graf 6.2.4. Količina konzumiranog meda

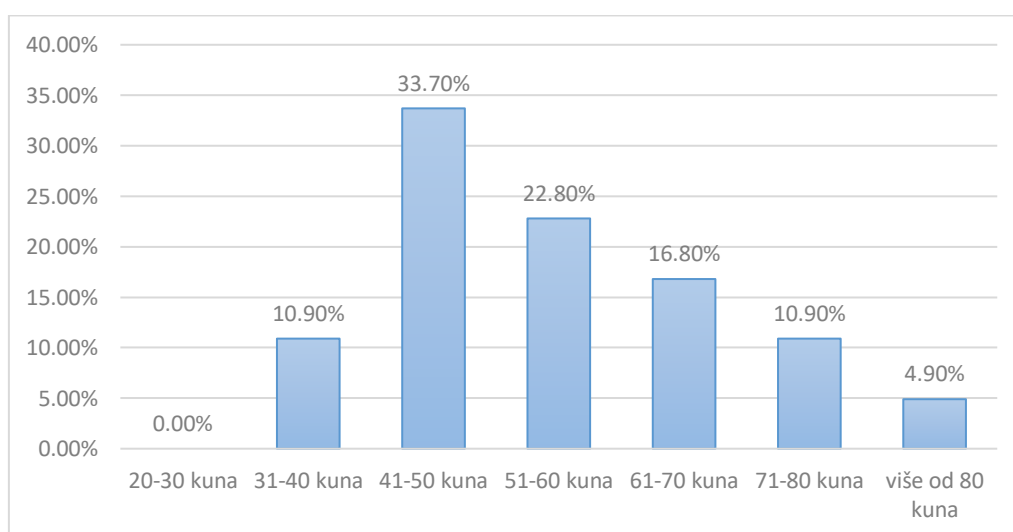
U Tablici 6.2.5. prikazane su ocjene stupnja slaganja s određenim razlozima konzumacije meda. Ispitani potrošači meda primarno koriste med zbog povoljnog utjecaja na zdravlje

(srednja ocjena od 4.2), a nakon toga zbog nutritivnih vrijednosti meda (srednja ocjena 3.99) i u svrhu prirodnog zaslađivača (srednja ocjena 3.96). Prosječnu ocjenu (srednja vrijednost 3.3) dobio je razlog konzumacije meda u svrhu dodatka jelima, dok je korištenje meda za ljepotu dobilo najnižu ocjenu (srednja ocjena 2.5).

Tablica 6.2.5. Razlozi konzumacije meda

Korištenje meda	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
Koristim med zbog povoljnog utjecaja na zdravlje.	4.228	0.847
Koristim med jer je nutritivno vrijedna namirnica.	3.990	0.933
Koristim med u svrhu prirodnog zaslađivača.	3.960	1.029
Koristim med kao dodatak različitim jelima.	3.317	1.232
Koristim med za ljepotu (kao prirodnu kozmetiku).	2.515	1.426

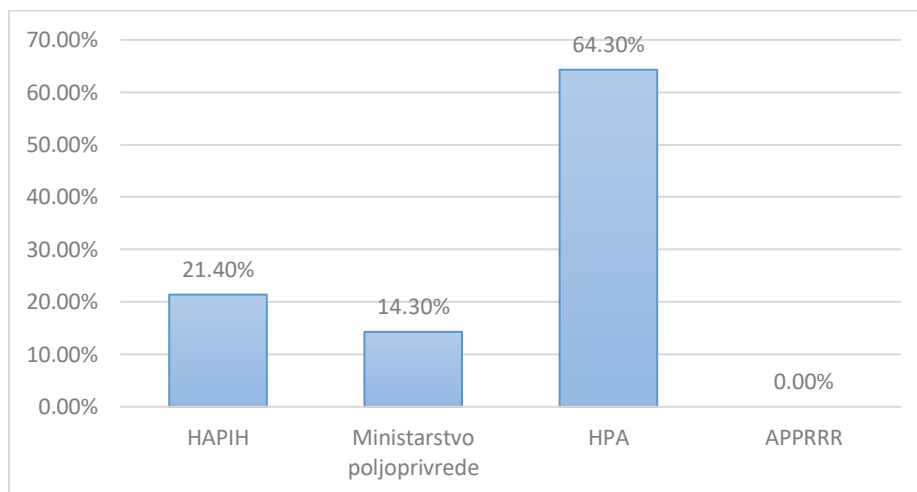
Na Grafu 6.2.5. prikazano je koliko u prosjeku ispitanici potrošavaju kuna za kilogram meda. Najviše ispitanika (33.7%) izdvaja od 41 do 50 kuna za kilogram meda, dok njih 22.8% izdvaja od 51 do 60 kuna. Od 61 do 70 kuna za kilogram meda izdvaja 16.8% ispitanika, a od 31 do 40 kuna, odnosno od 71 do 80 kuna izdvaja jednak broj ispitanika, točnije 10.9%. Tek 4.9% ispitanika potrošača izdvaja više od 80 kuna za kilogram meda.



Graf 6.2.5. Prosječno izdvajanje za kilogram meda

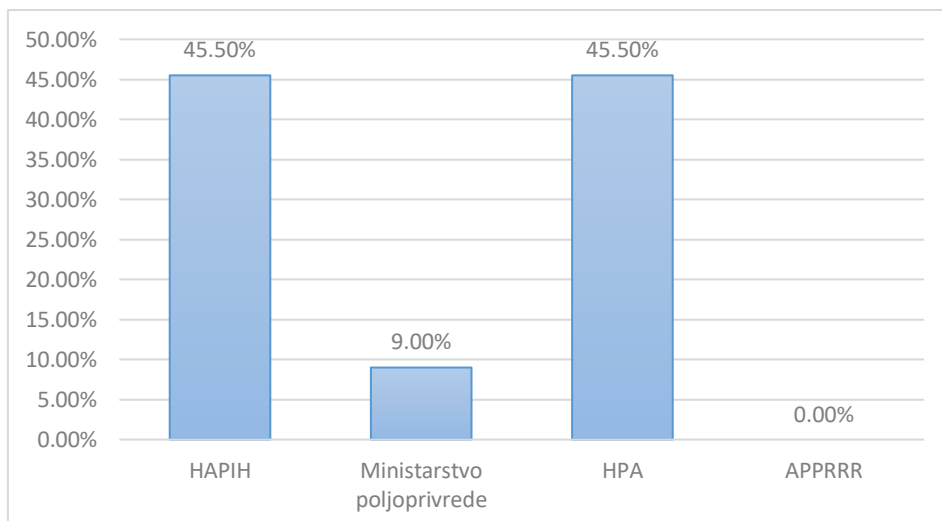
### 6.3. Upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

Nakon niza pitanja o učestalosti i potrošnji, slijedio je set pitanja vezanih uz upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“. Od 101 ispitanika, njih 63,4% prepoznalo je navedenu oznaku sa slike, od kojih je 13,9% smatralo kako zna koja je institucija uvela oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“. Od 14 ispitanika, njih 64,3% je doista znalo kako je oznaku uvela Hrvatska poljoprivredna agencija; 21,4% ispitanih potrošača smatralo je kako je oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka uvela Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu; 14,3% ispitanika smatralo je kako je ministarstvo poljoprivrede uvelo oznaku, dok nitko od ispitanika nije smatrao kako je Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju uvela oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“.



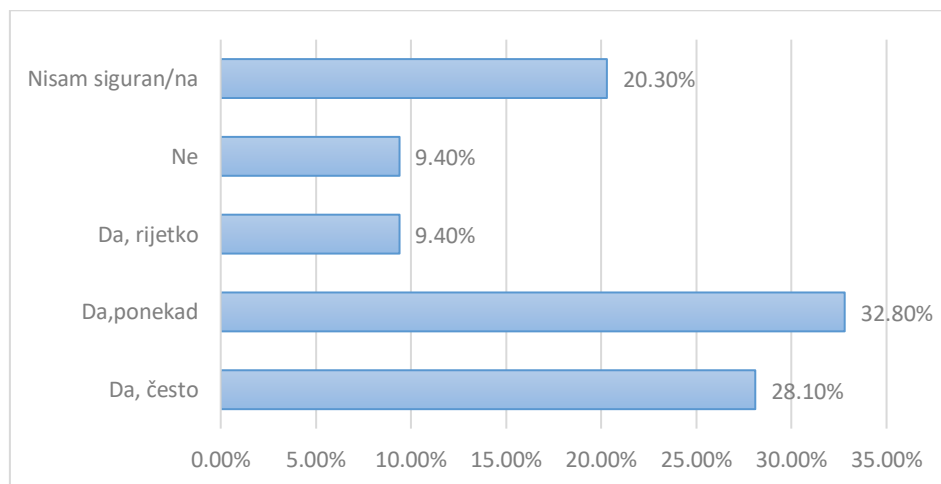
Graf 6.3.1. Poznavanje institucije koja je uvela oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“

Iduće pitanje odnosilo se na poznavanje trenutne situacije s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“. 17% ispitanika smatralo je kako zna u čijoj je trenutno nadležnosti oznaka „Med hrvatskih pčelinjaka“, od čega je 45,5% doista znalo kako se radi o Hrvatskoj agenciji za poljoprivredu i hranu, dok je isti postotak ispitanika smatrao kako je oznaka ostala u nadležnosti Hrvatske poljoprivredne agencije. Njih 9% smatralo je kako je oznaka trenutno u nadležnosti Ministarstva poljoprivrede, dok se opet niti jedan ispitanik nije odlučio za Agenciju za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju.



Graf 6.3.2. Poznavanje institucije u čijoj je nadležnosti oznaka „Med hrvatskih pčelinjaka“

Na pitanje „Kupujete li med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“?“, 32,8% ispitanih potrošača odgovorilo je kako ponekad kupuje med označen oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, dok njih 28,1% često kupuje med hrvatskih pčelinjaka; 20,3% ispitanika nije sigurno kupuje li med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, a jednak postotak ispitanih potrošača (9.4%) ili rijetko kupuje, ili ne kupuje med hrvatskih pčelinjaka.



Graf 6.3.3. Učestalost kupovine meda s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

Pitanje o važnosti oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“ prilikom kupovine, ispitanici su ocijenili sa srednjom vrijednosti od 3.7 (standardna devijacija od 1,05), što znači kako potrošači više teže strani kako smatraju da je navedena oznaka važna. U Tablici 6.3.1. prikazana su mjesta na kojima konzumenti meda s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ kupuju navedeni med, s time da su ispitanici imali ponuđen višestruki izbor. Najviše ispitanika (70,7%) kupuje med

hrvatskih pčelinjaka direktno od proizvođača; 25,9% ispitanika kupuje med na sajmovima; 22,4% ispitanih potrošača kupuje med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ na gradskoj tržnici, dok najmanje ispitanika kupuje med s oznakom u supermarketu (13,8%) ili u specijaliziranim trgovinama (12,1%).

Tablica 6.3.1. Mjesto kupnje „Meda hrvatskih pčelinjaka“

Mjesto kupnje	N	%
Izravno od proizvođača	41	70.70%
Na sajmovima	15	25.90%
Na gradskoj tržnici	13	22.40%
U supermarketu	8	13.80%
U specijaliziranim trgovinama	7	12.10%
Preko interneta	0	0.00%

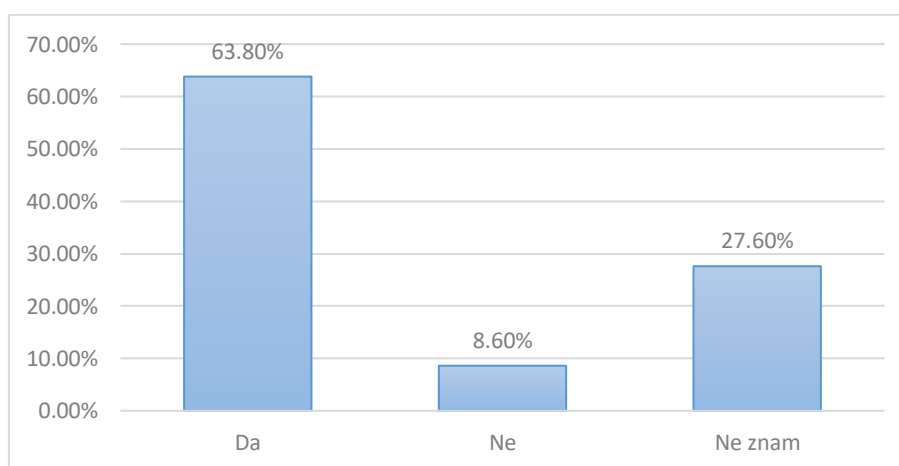
U Tablici 6.3.2. prikazane su ocjene stupnja slaganja ispitanih potrošača s pojedinom karakteristikom meda s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ koja ga izdvaja od ostalog meda dostupnog na tržištu. Najvišu ocjenu dobile su karakteristike autentičnosti i pouzdanosti meda hrvatskih pčelinjaka sa srednjim ocjenama od 4,21. Ispitanici također smatraju kako je med s oznakom sigurniji (sa srednjom ocjenom od 4,19) i kvalitetniji (sa srednjom ocjenom od 4,12) od ostalih na tržištu. Dok su više prosječne ocjene dobile karakteristike zdravlja (sa srednjom ocjenom od 3,76), okusa (sa srednjom ocjenom od 3,64) i dostupnosti (sa srednjom ocjenom od 3,6).

Tablica 6.3.2. Karakteristike meda s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

Mišljenje	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
Po mom mišljenju, med s oznakom "Med hrvatskih pčelinjaka" je AUTENTIČAN u odnosu na ostali med na tržištu.	4.21	0.833
Po mom mišljenju, med s oznakom "Med hrvatskih pčelinjaka" je POUZDANIJI u odnosu na ostali med na tržištu.	4.21	0.913

Po mom mišljenju, med s oznakom "Med hrvatskih pčelinjaka" je SIGURNIJI u odnosu na ostali med na tržištu.	4.19	0.760
Po mom mišljenju, med s oznakom "Med hrvatskih pčelinjaka" je KVALITETNIJI u odnosu na ostali med na tržištu.	4.12	0.839
Po mom mišljenju, med s oznakom "Med hrvatskih pčelinjaka" je ZDRAVIJI u odnosu na ostali med na tržištu.	3.76	0.865
Po mom mišljenju, med s oznakom "Med hrvatskih pčelinjaka" je UKUSNIJI u odnosu na ostali med na tržištu.	3.64	0.968
Po mom mišljenju, med s oznakom "Med hrvatskih pčelinjaka" je DOSTUPNIJI u odnosu na ostali med na tržištu.	3.60	0.954

Pitanje o stupnju povjerenja u oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“ ispitani potrošači su ocijenili sa srednjom vrijednosti 4,19 (standardna devijacija od 0,74), što znači da imaju povjerenja u navedenu oznaku. Na Grafu 6.3.3. prikazana je spremnost ispitanih potrošača na plaćanje više cijene za med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“. Spremno je platiti višu cijenu 63,8% ispitanika, dok njih 27,6% ne zna je li spremno platiti više za med s oznakom. Tek 8,6% ispitanih potrošača nije spremno platiti višu cijenu za med hrvatskih pčelinjaka.

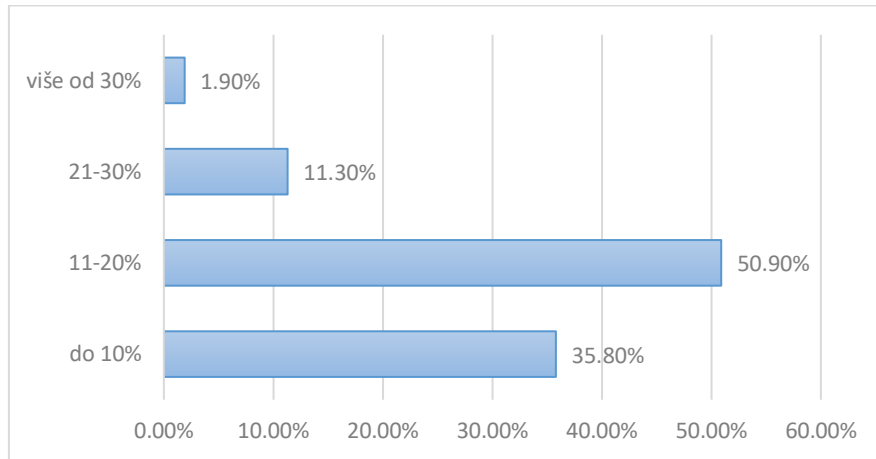


Graf 6.3.3. Spremnost na plaćanje više cijene za „Med hrvatskih pčelinjaka“

Na Grafu 6.3.4. vidljivi su podaci ispitanika koji su na prethodno pitanje odgovorili ili potvrdno ili sa „ne znam“, o visini dodatnog plaćanja za med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“. Preko pola ispitanika (50,9%) odgovorilo je kako je spremno platiti za 11-20% višu cijenu za



med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“; njih 35,8% spremno je platiti do 10% višu cijenu; 11,3% ispitanih potrošača spremno je platiti od 21 do 30% višu cijenu za med s oznakom, dok je njih 1,9% spremno platiti iznad 30% višu cijenu za med hrvatskih pčelinjaka.



Graf 6.3.4. Visina dodatnog plaćanja za med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

Na pitanje o vjerojatnosti kupovine meda s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, potrošači su dali ocjenu 4 (standardna devijacija od 0,85), što znači da je vrlo vjerojatno kako će nastaviti kupovati med s oznakom.

## 7. Rezultati ankete s proizvođačima meda

### 7.1. Sociodemografska obilježja ispitanika

Sociodemografska obilježja ispitanika prikazana su u Tablici 7.1.1.

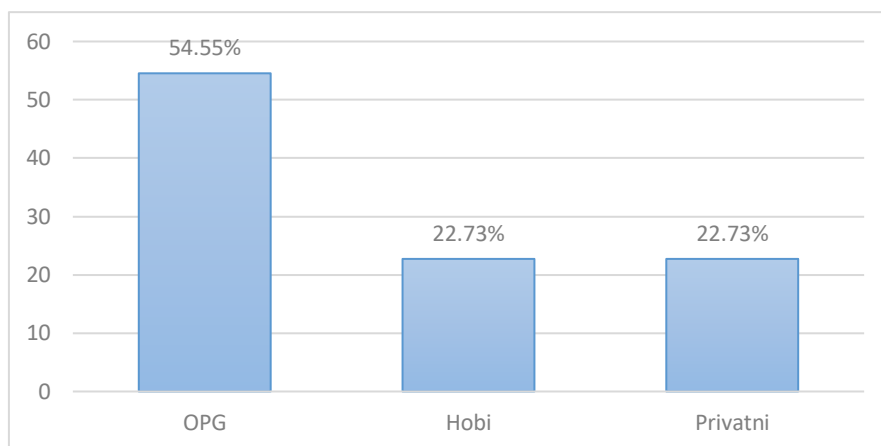
Tablica 7.1.1. Sociodemografska obilježja ispitanika

Obilježja ispitanika		N	%
Spol	Muško	17	77.30%
	Žensko	5	22.70%
Dob	18-25	1	4.50%
	26-40	8	36.40%
	41-55	9	40.90%
	56-70	4	18.20%
	više od 70	/	0
Mjesto stanovanja	Grad	13	59.10%
	Selo	9	40.90%
Djeca	bez djece	8	36.40%
	1-2	12	54.50%
	3	1	4.50%
	više od 3	1	4.50%
Obrazovanje	osnovna škola	/	0
	srednja škola	9	40.90%
	visoka stručna sprema	13	59.10%
	doktorat	/	0
Članovi kućanstva	samac/samkinja	1	4.50%
	2-3	8	36.40%
	4-5	11	50.00%
	više od 5	2	9.10%

Od ukupno 22 ispitanika koji su ušli u uzorak, 77,3% je muških i 22,7% ženskih ispitanika. Najveći broj ispitanika je u dobi od 41 do 55 godina (40,9% ispitanika), i u dobi od 26 do 40 godina (36,4% ispitanika). Više od pola ispitanika živi u gradu (59,1% ispitanika) i ima od 1 do 2 djece (54,5% ispitanika), dok njih 36,4% nema djece. Ispitanici imaju završenu ili visoku školu (59,1%) ili srednju školu (40,9%). Pola ispitanika živi u kućanstvu koje čini 4 do 5 članova obitelji, dok 36,4% ispitanika živi u kućanstvu s 2 do 3 člana.

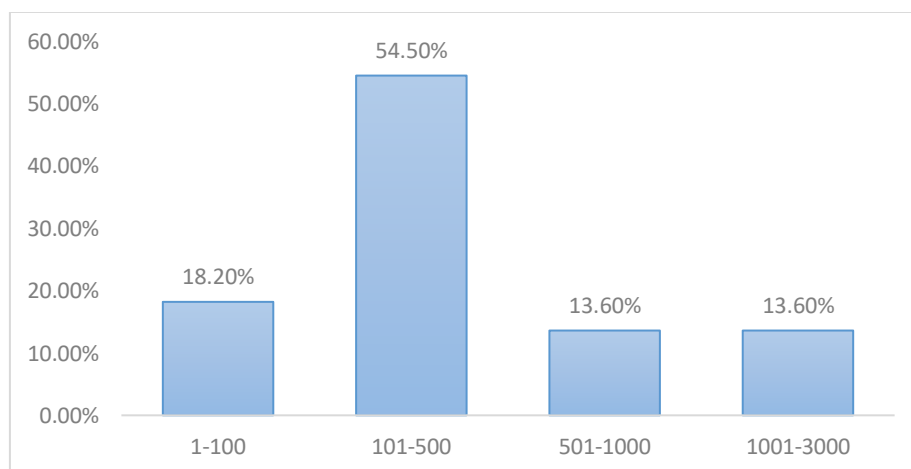
## 7.2. Proizvodnja i plasiranje meda na tržište

Na Grafu 7.2.1. prikazane su poslovno organizacijske jedinice proizvođača meda. Preko pola ispitanika, točnije 54,55%, ima registrirano obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo; 22,73% ispitanika se bavi proizvodnjom meda iz hobija, ili pak navode kako su privatnici.



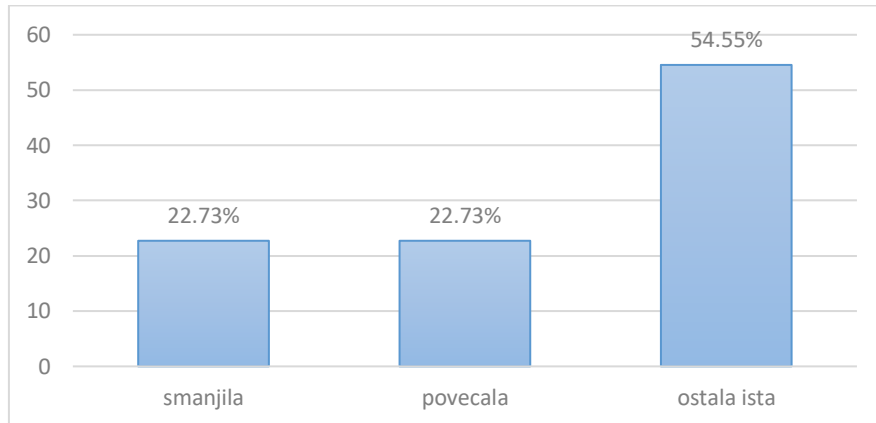
Graf 7.2.1. Poslovno organizacijske jedinice

Na Grafu 7.2.2. prikazani su podaci o godišnjoj proizvodnji meda u kilogramima. Najveći broj ispitanika proizvodi između 101 i 500 kilograma meda (54,5% ispitanika); 18,2% ispitanika proizvodi između 1 i 100 kilograma meda, dok podjednak broj (13,6% ispitanika) proizvodi između 501 i 1 000 kilograma, odnosno između 1 001 i 3 000 kilograma.



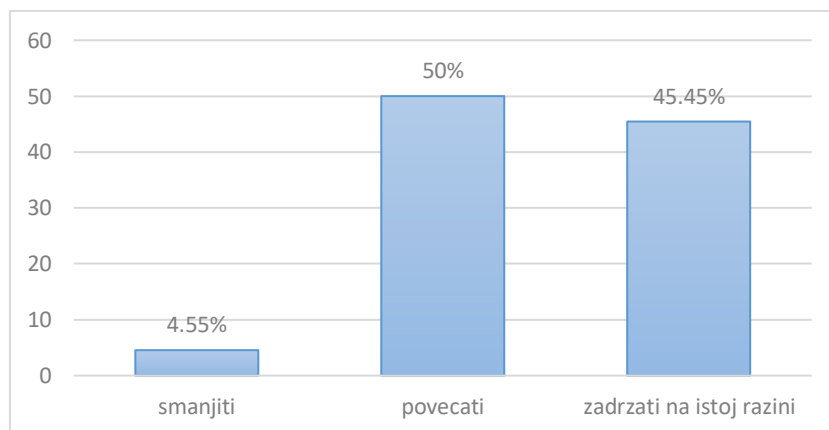
Graf 7.2.2. Godišnja proizvodnja meda u kilogramima

Ispitanici su se zatim izjasnili oko njihove proizvodnje u posljednje tri godine, te ih je 54,55% odgovorilo kako je proizvodnja ostala ista, dok je 22,73% ispitanika odgovorilo kako se proizvodnja povećala.



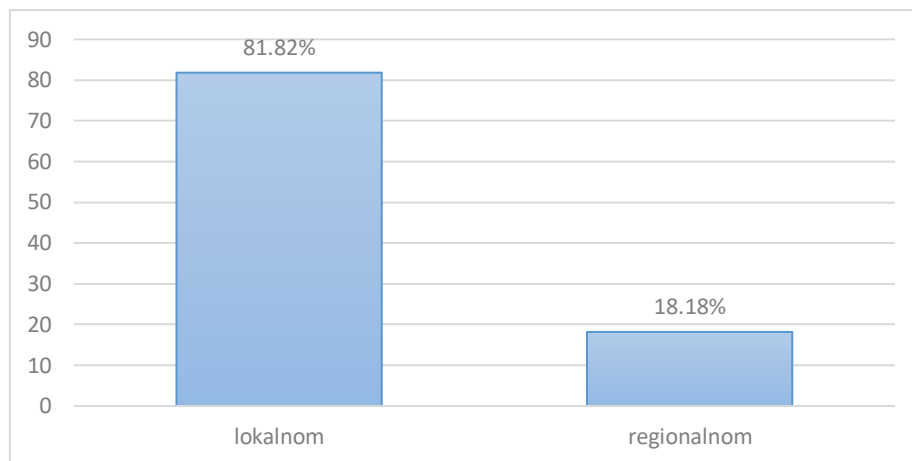
Graf 7.2.3. Proizvodnja meda u posljednje tri godine

Na pitanje o proizvodnji meda u budućnosti, točnije u iduće tri godine, pola ispitanika namjerava povećati, dok 45,45% njih namjerava zadržati proizvodnju meda na istoj razini.



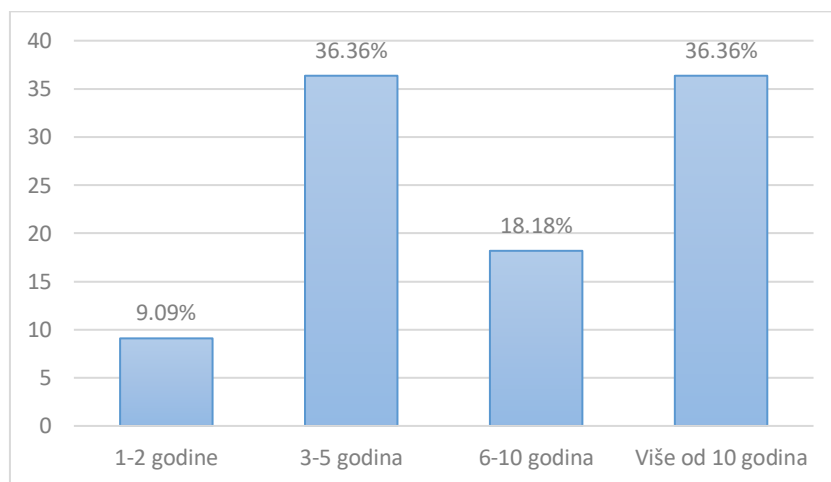
Graf 7.2.4. Proizvodnja meda u iduće tri godine

Nadalje, ispitanici su odgovarali o tržišnom poslovanju, odnosno na kojem tržištu točno posluju. Nijedan ispitanik nije se izjasnio kako posluje na nacionalnom i/ili međunarodnom tržištu, dok je njih 81,82% odgovorilo kako posluje na lokalnom, odnosno 18,18% posluje na regionalnom tržištu.



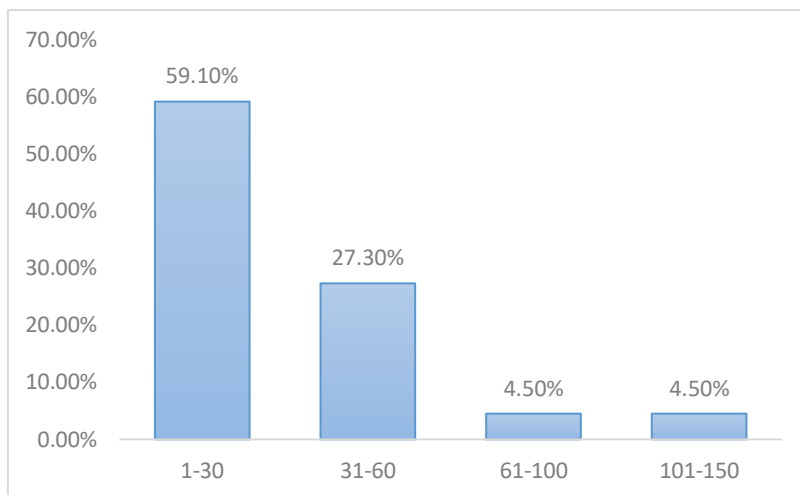
Graf 7.2.5. Tržišno poslovanje

Na Grafu 7.2.6. prikazani su podaci vezani uz razdoblje bavljenja pčelarstvom. Nijedan ispitanik ne bavi se pčelarstvom kraće od godine dana; podjednak broj ispitanika (36,36%) bavi se pčelarstvom od 3 do 5 godina, odnosno više od 10 godina; 18,18% ispitanika bavi se pčelarstvom između 6 i 10 godina, dok se 9,09% bavi pčelarstvom od 1 do 2 godine.



Graf 7.2.6. Razdoblje bavljenja pčelarstvom

Većina ispitanika odgovorila je kako tradiciju bavljenja pčelarstvom nisu naslijedili od obitelji, dok je 13,64% ispitanika odgovorila potvrdno. Najviše ispitanika (59,1%) ima od 1 do 30 pčelinjih zajednica; 27,3% ispitanika ima između 31 i 60 pčelinjih zajednica, a podjednak broj, odnosno 4,5% ispitanika, ima od 61 do 100, ili od 101 do 150 pčelinjih zajednica.



Graf 7.2.7. Broj pčelinjih zajednica

U Tablici 7.2.1. prikazane vrste meda koje ispitanici najčešće proizvode, s time da je ispitanicima bio ponuđen višestruki izbor. Najzastupljeniji je bagremov med (77,3%), cvjetni med (72,7%), kestenov med (40,9%) i livadni med (31,8%).

Tablica 7.2.1. Vrste meda

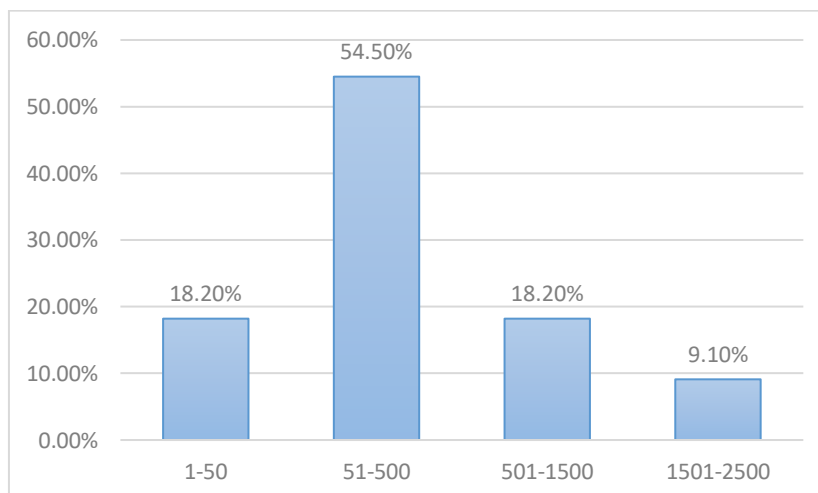
	N	%
Bagrem	17	77.30%
Cvjetni	16	72.70%
Kesten	9	40.90%
Livada	7	31.80%
Medljikovac	5	22.70%
Kadulja	3	13.60%
Lipa	3	13.60%
Amorfa	2	9.10%
Suncokret	2	9.10%
Vrijesak	2	9.10%
Multiflorni	2	9.10%
Bršljan	1	4.50%
Facelija	1	4.50%

Na pitanje o prodajnim kanalima koje koriste, ispitanicima je također bila ponuđena mogućnost višestrukog izbora, te ih 90,1% prodaje med izravnim putem. Nešto je manje zastupljena prodaja na sajmovima (18,2%) i preko interneta (13,6%), dok prodaju preko trgovaca medom, prijatelja i poznanika, agroturističkih gospodarstava, ugostiteljstva i kućnog praga koristi po jedan ispitanik.

Tablica 7.2.2. Prodajni kanali

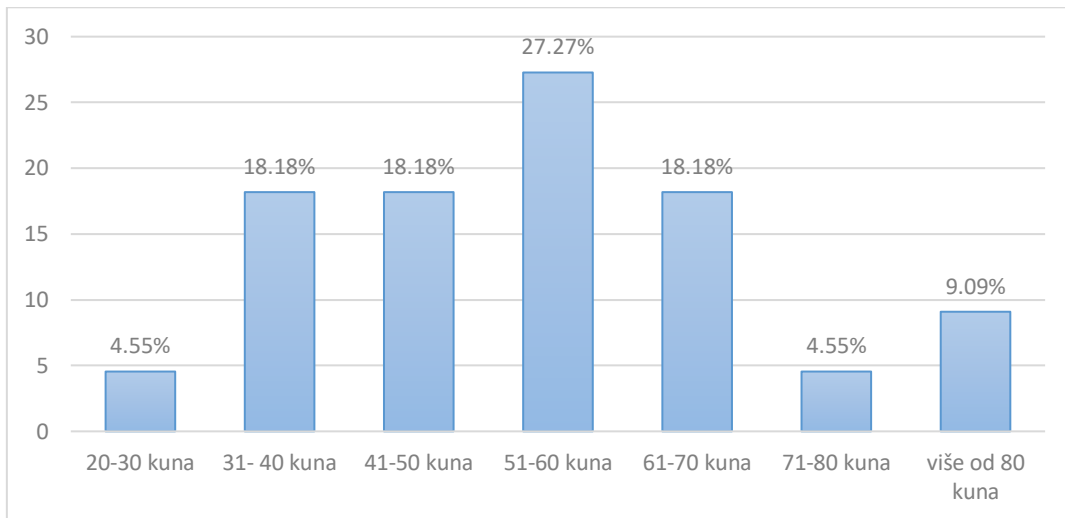
Način prodaje	N	%
Izravna prodaja	20	90.10%
Sajmovi	4	18.20%
Preko interneta	3	13.60%
Trgovci medom	1	4.50%
Prijatelji i poznanici	1	4.50%
Agroturistička gospodarstva	1	4.50%
Ugostiteljstvo (hoteli, restorani, kafici)	1	4.50%
Kućni prag	1	4.50%

Preko pola ispitanika (54,5%) godišnje proda između 51 i 500 kilograma meda; podjednako, odnosno 18,2% ispitanika proda između 1 i 50, ili od 501 do 1 500 kilograma meda, dok 9,1% ispitanika godišnje proda od 1 501 do 2 500 kilograma meda.



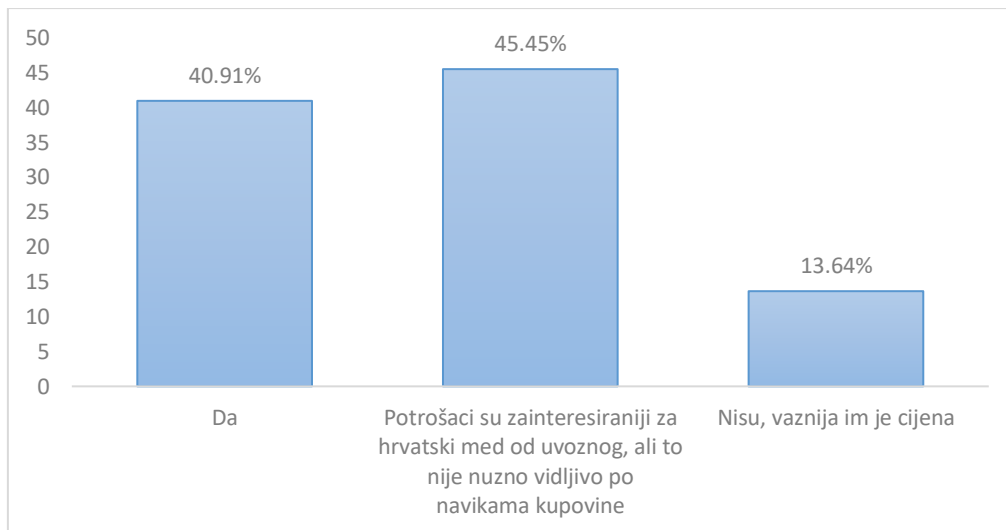
Graf 7.2.8. Godišnja prodaja meda u kilogramima

Na Grafu 7.2.10. prikazana je cijena po kojoj ispitanici naplaćuju med. Najveći broj ispitanika (27,27%) naplaćuje med od 51 do 60 kuna, podjednako broj (18,18% ispitanika) naplaćuje med od 31 do 40, od 41 do 50, ili od 61 do 70 kuna, dok njih 9,09% naplaćuje med više od 80 kuna.



Graf 7.2.9. Cijena meda

Većina ispitanika (72,73%) nema punionicu. Također, skoro 90% ispitanika ima pozitivno mišljenje o zainteresiranosti potrošača za hrvatski med. Najveći broj (45,45% ispitanika) smatra kako su potrošači zainteresiraniji za hrvatski med od uvoznog, ali kako to nije nužno vidljivo po navikama kupovine; njih 40,91% smatra kako su zainteresiraniji, dok 13,64% ispitanika smatra kako potrošači nisu zainteresiraniji za hrvatski med od uvoznog.

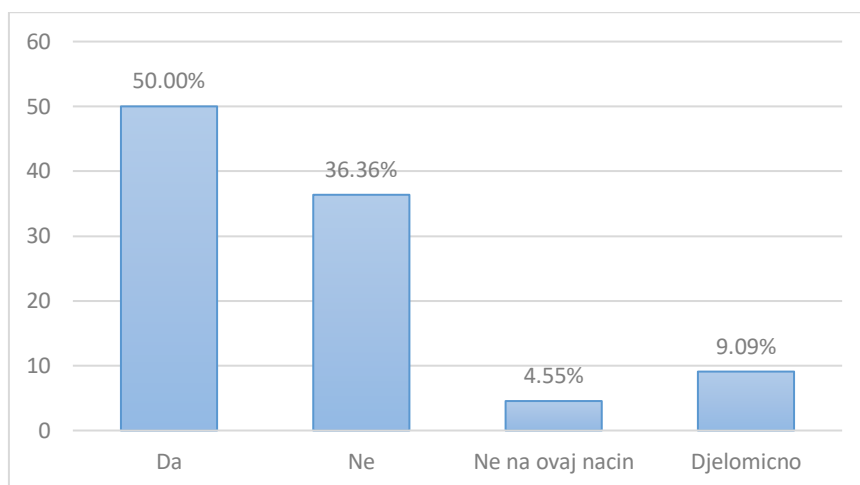


Graf 7.2.10. Zainteresiranost potrošača za hrvatski med

Polovina ispitanika smatra kako oznake promoviraju domaću proizvodnju, što se na kraju odražava na bolju prodaju, dok 36,36% njih nije istog mišljenja. Njih 9,09% smatra kako oznake samo



djelomično promoviraju domaću proizvodnju, dok 4,55% ispitanika smatra kako oznake inače promoviraju domaću proizvodnju, ali ne na način koji je zastupljen u Hrvatskoj.



Graf 7.2.11. Promoviranje domaće proizvodnje putem oznaka

### 7.3. Upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

Nakon pitanja koji su se ticali proizvodnje i prodaje, uslijedio je niz pitanja vezanih uz upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“. Svi ispitanici prepoznali su navedenu oznaku sa slike, dok ih je 18,18% korisnik oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“. Ispitanici koji su korisnici, su zatim ocijenili svoja iskustva s navedenom oznakom. Najveću srednju ocjenu od 3,75, ispitanici su pridali izjavama kako oznaka nije utjecala na porast prodaje te kako ne smatraju da nadležne institucije dobro obavljaju svoj posao u smislu promoviranja meda hrvatskih pčelinjaka. Izjava o prisutnom potencijalu oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“ za povećanjem interesa potrošača za med hrvatskih pčelinjaka dobila je srednju ocjenu od 3,50. Ispitanici nisu bili sigurni o utjecaju oznake na povećanje interesa potrošača za medom hrvatskih pčelinjaka, ali ne smatraju kako su osobno iskusili povećanje interesa za njihovim medom s oznakom.

Tablica 7.3.1. Iskustva s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

Mišljenje	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
Oznaka nije utjecala na porast prodaje.	3.75	0.957
Ne smatram kako nadležne institucije dobro obavljaju svoj posao u smislu	3.75	0.500

promoviranja meda hrvatskih pčelinjaka.		
Smatram kako postoji potencijal oznake "Med hrvatskih pčelinjaka" za povećanje interesa potrošača za medom hrvatskih pčelinjaka.	3.50	0.577
Oznaka nije utjecala na povećanje interesa potrošača za medom hrvatskih pčelinjaka.	3.00	1.414
Otkako imam oznaku, primjetio/la sam povećanje interesa za medom hrvatskih pčelinjaka.	2.75	1.258
Smatram kako nadležne institucije dobro obavljaju svoj posao u smislu promoviranja meda hrvatskih pčelinjaka.	2.75	0.957
Otkako imam oznaku, prodaja meda je porasla.	2.25	0.957

Nitko od ispitanika ne naplaćuje više med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, te svi namjeravaju ostati korisnik oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“. Ispitanici koji su na eliminacijsko pitanje odgovorili kako nisu korisnici oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“ većinom nemaju namjeru ni postati korisnik u budućnosti (66,67%).

## 8. Rasprava

Rezultati istraživanja potrošača meda potvrđuju trend povećanja svijesti i brige za zdravlje, s obzirom na to kako je upravo svojstvo meda kao zdrave namirnice razlog njegove konzumacije među ispitanim potrošačima koji većinom pripadaju mlađoj skupini, od 18 do 40 godina što je u skladu s rezultatima Zavodne i sur. iz 2016. godine. Isto tako, razlog konzumacije meda je i svojstvo meda kao nutritivno vrijedne namirnice, ali i njegova upotreba kao prirodnog zaslađivača, što također potvrđuje već spomenutu prisutnost trenda te je u skladu s rezultatima Zhanga iz 2018. godine. Lymperl i sur. (2020.) navode kako većina ispitanika u Grčkoj podjednako naglašava važnost okusa, arome, teksture i boje meda, no u ovom istraživanju od intrinzičnih obilježja, okus, tekstura, miris i čistoća su se pokazali važnima prilikom kupovine, dok su bistrina i boja potrošačima nešto manje važni.

Nadalje, većina ispitanih potrošača (52,4%) kupuje med nekoliko puta godišnje do jednom u dva mjeseca, za razliku od rezultata Ćirića i sur. iz 2015. godine provedenog u Vojvodini koji navode podatak o kupovini meda svaka tri mjeseca, i rezultata Zhanga iz 2018. godine provedenog u Kini koji navodi podatak o kupovini meda jednom ili dvaput godišnje. Ispitani potrošači najviše konzumiraju med od amorfe, cvjetni med i med od bagrema, što je u skladu s istraživanjima Ćirića i sur. iz 2015. godine i Pocola i sur. iz 2013. godine. Nadovezujući se na vrstu meda ispitanici proizvođači najviše proizvode cvjetni med i med od bagrema. Većina potrošača (80,2%) kupuje med izravno od proizvođača što je, gledajući najzastupljenije mjesto kupovine, u skladu s rezultatima Ćirića i sur. iz 2015. godine, Pocola i sur. iz 2013. godine, Cosmine i sur. iz 2015. godine, Lymperla i sur. iz 2020. godine i Zhanga iz 2018. godine. Što se tiče načina prodaje meda, 90,1% ispitanih proizvođača med prodaje upravo izravnim putem. Potrošači isto tako kupuju med na gradskoj tržnici i na sajmovima, ali nije zastupljena kupovina putem interneta, iako ispitanici proizvođači koriste i taj kanal prodaje.

Skoro svi ispitanici (97%) kupuju med proizveden u Hrvatskoj što je, gledajući zastupljenost kupovine meda iz zemlje potrošača, u skladu s rezultatima Pocola i sur. iz 2013. godine, Lymperla i sur. iz 2020. godine i Zhanga iz 2018. godine. Od navedenih ekstrinzičnih obilježja, zemlju podrijetla, proizvođača, oznaku kvalitete i vrstu meda smatraju važnima, što se djelomično razlikuje od drugih istraživanja. Rezultati Šánove i sur. iz 2017. godine navode kako Česi pozornost obraćaju pretežno na njegovo podrijetlo i cijenu, što potvrđuju i rezultati Cosmine i sur. iz 2015. godine u Grčkoj. S druge strane Lymperl i sur. (2020.) potvrđuju rezultate ovog istraživanja u pogledu cijene koja ne igra važnu ulogu kod potrošača prilikom kupovine meda. Rezultati Murphy-a i sur. iz 2000. godine pak pokazuju kako Ircima važni cijena i pakiranje meda što potvrđuje rezultate Gyau-a i sur. 2011. godine u Kongu.

Što se tiče rezultata istraživanja s proizvođačima, većina njih su obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja namjeravaju povećati proizvodnju u iduće tri godine. Većinom posluju na lokalnom tržištu, dok nekolicina prodaje i na regionalnom. Kod ispitanih proizvođača meda postoje krajnosti u duljini bavljenja pčelarstvom, točnije većina njih se pčelarstvom bavi ili od 3 do 5 godina, ili više od 10 godina. Cijena meda prema ispitanim proizvođačima se nešto

razlikuje od službenih dostupnih podataka, pa tako imamo proizvođače koji naplaćuju med ispod 40 kuna, ali i proizvođače koji naplaćuju med više od 80 kuna, no većina njih se ipak nalazi u rasponu od 50 do 80 kuna, kao što je navedeno i u službenim izvješćima. Također podaci o prosječnom broju pčelinjih zajednica po pčelaru se nešto razlikuje od službenih izvješća u kojima je navedeno oko 51 zajednice, dok većina ispitanih proizvođača navodi kako ima do 30 pčelinjih zajednica.

Proizvođači meda se uvelike slažu kako su potrošači zainteresirani za hrvatski med, ali ih 45,45% ne smatra kako je ta zainteresiranost vidljiva prema navikama kupovine. Ispitani proizvođači meda nisu sigurni o utjecaju oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“ na povećanje zainteresiranosti potrošača za domaćim medom, te se ne slažu kako je posjedovanje navedene oznake rezultiralo povećanjem prodaje. S druge strane, 70,3% ispitanih potrošača kupuje med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“, te se slažu s izjavama kako je med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ autentičan, kvalitetniji, dostupniji, sigurniji, zdraviji, ukusniji i pouzdaniji od ostalog dostupnog meda na tržištu. Mali broj ispitanih proizvođača meda je korisnik znaka „Med hrvatskih pčelinjaka“, dok ostali većinom nemaju namjeru ni postati korisnik. Većinom se ne slažu kako nadležne institucije dobro obavljaju svoj posao, niti da oznaka promovira domaći med što bi se na kraju odrazilo na povećanje prodaje. Upravo suprotno, ispitani potrošači imaju povjerenja u oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“, te su spremni platiti višu cijenu za med s navedenom oznakom.

## 9. Zaključak

Istraživanjem se utvrdio značaj meda kao prehrambene namirnice, ali isto tako i oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“. Navedena oznaka potrošačima ulijeva povjerenje, te smatraju kako je med s oznakom sigurniji, kvalitetniji i pouzdaniji od ostalog meda dostupnog na tržištu. Rezultati istraživanja također pokazuju kako su ispitanicima od intrinzičnih obilježja najvažniji okus i tekstura meda, a od ekstrinzičnih obilježja, zemlja podrijetla i proizvođač meda. S obzirom na utvrđenu važnost podrijetla meda, potrošači uvelike konzumiraju upravo med proizveden u Republici Hrvatskoj. Istraživanjem upoznatosti proizvođača meda s ponašanjem potrošača, utvrdilo se kako nisu u toku sa stvarnim stanjem stvari, te pristupaju negativno, u smislu pretpostavki kako znak „Med hrvatskih pčelinjaka“ nema utjecaja na zainteresiranost potrošača za domaćim medom, iako su potrošači jasno izrazili veliki interes kako za med iz Hrvatske, tako i za Med hrvatskih pčelinjaka, ali i oznake kvalitete općenito. Dodatan dokaz zainteresiranosti potrošača meda za navedenom oznakom, je i njihova spremnost za plaćanjem više cijene za med hrvatskih pčelinjaka. Iako se većinski zastupljeno mjesto kupnje podudara sa zastupljenim načinom prodaje meda, nekolicina proizvođača prodaje i online, te se postavlja pitanje o interesu potrošača za takvim načinom kupovine meda, ali i promocije postojanja kupovine meda preko Interneta.

U obzir se također mora uzeti i činjenica kako je većina ispitanika mladih, do 40 godina, te je za pretpostaviti kako će svoje trenutne navike prenijeti i na mlađe generacije. Te navike su vezane za prehranu, odnosno zdraviji način života, ali isto tako su vezane i uz podršku domaćem medu i lokalnim proizvođačima. Iz istraživanja je jasno kako proizvođači meda nisu u potpunosti svjesni te iste podrške, te umanjuju vrijednost kako meda kao sve zastupljenije namirnice u prehrani potrošača, tako i oznaka kvalitete, kao što je „Med hrvatskih pčelinjaka“ koje potrošačima ulijevaju povjerenje i sigurnost u proizvod koji kupuju i konzumiraju.

Rezultati istraživanja su od velike važnosti za proizvođače meda u svrhu planiranja proizvodnje i odabira vrste meda u proizvodnji koji najviše zadovoljavaju preferencije potrošača. Rezultati će također pomoći proizvođačima u boljem razumijevanju potrošača u smislu njihovih želja i potreba te ponašanju prilikom kupovine, dok će potrošačima dati bolji uvid u stanje pčelarstva i važnosti poticanja domaće proizvodnje i potrošnje domaćih proizvoda, u ovom slučaju specifično meda s oznakom („Med hrvatskih pčelinjaka“) koja garantira kako je med proizveden upravo u Hrvatskoj.

## 10. Popis literature

1. Agroportal (2018). *Povijest pčelarstva u Hrvatskoj*. <https://www.agroportal.hr/zanimljivosti/30417> - pristup 17.4.2020.
2. Apimel (2020). *Med kroz povijest*. <https://apimel.hr/med-kroz-povijest/> - pristup 17.4.2020.
3. Bogdanov, S. (2017). Honey – Control and trade. Book of Honey. Bee product science. [online] pogl. 7
4. Cosmina M., Gallenti G., Marangon F., Troiano S. (2015). Reprint of „Attitudes towards honey among Italian consumers: A choice experiment approach“. *Appetite*. [online] 106, 110-116. [https://arts.units.it/retrieve/handle/11368/2905544/180526/Appetite\\_106\\_2016.pdf](https://arts.units.it/retrieve/handle/11368/2905544/180526/Appetite_106_2016.pdf) – pristup 10.5.2020.
5. Crnoja, A.M. (2018). *Kemijska, fizikalna i antioksidativna svojstva meda*. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku Poljoprivredni fakultet, Osijek.
6. Ćirić M., Ignjatijević S., Cvijanović D. (2015). Research of honey consumers behavior in province of Vojvodina. *Economics of Agriculture* 3/2015. [https://www.researchgate.net/publication/283334199\\_Research\\_of\\_honey\\_consumers'\\_behavior\\_in\\_province\\_of\\_Vojvodina](https://www.researchgate.net/publication/283334199_Research_of_honey_consumers'_behavior_in_province_of_Vojvodina) - pristup 9.5.2020.
7. Državni zavod za statistiku (2019). *Priopćenje: Procjene stanovništva Republike Hrvatske u 2018*. Zagreb. br. 7.1.3. ISSN 1330-0350. [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/07-01-03\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/07-01-03_01_2019.htm) – pristup 5.5.2020.
8. European Commission (2019). *Honey market presentation*. [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey_en) - pristup 3.5.2020.
9. European Commission (2020). *National apiculture programmes: Overview*. [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey/national-apiculture-programmes\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/honey/national-apiculture-programmes_en) - pristup 5.5.2020.
10. FAO (2019). *Honey*. CA4657EN/1/05.19. <http://www.fao.org/3/ca4657en/ca4657en.pdf> – pristup 6.5.2020.
11. FAOSTAT (2019). *New food balances – Food supply quantity (kg/capita/yr) – Honey – Croatia – 2017*. <http://www.fao.org/faostat/en/#data/FBS>
12. Gateway&Partners (2018). *Honey in Germany: Market research*. <https://gfa.org.ge/wp-content/uploads/2019/05/Honey-market-research.pdf> – pristup 6.5.2020.
13. GeoHoney (2020). *Global honey statistics: Honey consumption*. <https://geohoney.com/global-honey-statistics> – pristup 6.5.2020.

14. Grand view research (2019). Honey Market Size, Share & Trends Analysis Report By Application (Food & Beverages, Personal Care & Cosmetics, Pharmaceutical), By Distribution Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2019 – 2025. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/honey-market> - pristup 26.4.2020.
15. Gyau A., Akalakou C., Degrande A., Biloso A. (2014). Determinants of consumer preferences for honey in the Democratic Republic of Congo. Journal of Food Products Marketing. [online] 20:5, 476-490. [https://www.researchgate.net/publication/264332422\\_Determinants\\_of\\_Consumer\\_Preferences\\_for\\_Honey\\_in\\_the\\_Democratic\\_Republic\\_of\\_Congo](https://www.researchgate.net/publication/264332422_Determinants_of_Consumer_Preferences_for_Honey_in_the_Democratic_Republic_of_Congo) – pristup 10.5.2020.
16. HPA (2017). Korisnici znaka. <http://hrana-hrvatskih-farmi.hpa.hr/stranica/korisnici-znaka-med> – pristup 7.5.2020.
17. HPA. JRDŽ: Baze podataka. Med hrvatskih pčelinjaka. <https://hpa.mps.hr/jrdz-baze-podataka/med-hrvatskih-pcelinjaka/> - pristup 7.5.2020.
18. Hrvatska poljoprivredna agencija (2017). O sustavu: Neobvezni sustav označavanja meda znakom Med hrvatskih pčelinjaka. <http://hrana-hrvatskih-farmi.hpa.hr/stranica/o-sustavu-med> - pristup 7.5.2020.
19. Hrvatska poljoprivredna agencija (2018). Uvjeti za dobrovoljno označavanje meda znakom Med hrvatskih pčelinjaka. <https://hpa.mps.hr/wp-content/uploads/2018/08/uvjeti-za-dobrov--oznac--meda.pdf> – pristup 7.5.2020.
20. Hrvatski pčelarski savez (2020). Osnovno o Savezu. <http://csprog.net/whps/php/main.php> - pristup 5.5.2020.
21. Lymerl A., Fragkaki A. G. (2020). Investigation of consumers' trends concerning honey supply: A case study in Central Greece. Hellenic Open University, School of Science and Technology, Patras, Greece. <https://kosmospublishers.com/investigation-of-consumers-trends-concerning-honey-supply-a-case-study-in-central-greece/> - pristup 10.5.2020.
22. Matthews W. A., Sumner D. A., Hanon T. (2019). Contributions of the U.S. honey industry to the U.S. economy. [https://aic.ucdavis.edu/wp-content/uploads/2019/02/HONEY-COMPLETE-DRAFT\\_FEBRUARY-11-2019.pdf](https://aic.ucdavis.edu/wp-content/uploads/2019/02/HONEY-COMPLETE-DRAFT_FEBRUARY-11-2019.pdf) - pristup 15.5.2020.
23. Mikac, S. (2016). Senzorska procjena meda koji nisu skloni kristalizaciji. <https://zir.nsk.hr/islandora/object/pbf:228/preview> - pristup 23.4.2020.
24. Ministarstvo poljoprivrede (2019). Nacionalni pčelarski program za razdoblje od 2020. do 2022. godine. Zagreb. <https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/poljoprivreda/pcelarstvo/Nacionalni%20p%C4%8Derlarski%20program%202020.-2022..pdf> – pristup 3.5.2020.
25. Ministarstvo poljoprivrede (2020). Pravilnik o nacionalnom sustavu kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda – Dokazana kvaliteta. <https://poljoprivreda.gov.hr/vijesti/pravilnik-o-nacionalnom-sustavu-kvalitete->

- [poljoprivrednih-i-prehrambenih-proizvoda-dokazana-kvaliteta/3852](#) - pristup 9.5.2020.
26. Ministarstvo poljoprivrede (2020). Pravilnik o nacionalnom sustavu kvalitete poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda „Dokazana kvaliteta“. NN 18/2020. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020\\_02\\_18\\_465.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_02_18_465.html) – pristup 9.5.2020.
  27. Ministarstvo poljoprivrede i šumarstva (2000). Pravilnik o kakvoći meda i drugih pčelinjih proizvoda. NN 20/2000. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000\\_02\\_20\\_280.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_02_20_280.html) - pristup 23.4.2020.
  28. Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja (2016). Nacionalni pčelarski program za razdoblje od 2017. do 2019. godine. <https://www.apprrr.hr/wp-content/uploads/2018/02/Nacionalni-p%C4%8Delarski-program-za-razdoblje-od-2017.-do-2019.-godine.pdf> – pristup 5.5.2020.
  29. Murphy M., Cowan C., Henchion M., O'Reilly S. (2000). Irish consumer preferences for honey: A conjoint approach. British Food Journal. [online] vol. 102, issue: 8, 585-598. [https://www.researchgate.net/publication/235287586\\_Irish\\_consumer\\_preferences\\_for\\_honey\\_A\\_conjoint\\_approach](https://www.researchgate.net/publication/235287586_Irish_consumer_preferences_for_honey_A_conjoint_approach) - pristup 10.5.2020.
  30. Pocol B. C., Bolboacă D. S. (2013). Perceptions and trends related to the consumption of honey: A case study of North-West Romania. International Journal of Consumer Studies. [online] 37(6), 642-649. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12046> - pristup 10.5.2020.
  31. Puška A., Beganovc A. I. (2016). Primjena klaster analize u ekonomskim istraživanjima. Oeconomica Jadertina 1/2016. [https://www.researchgate.net/publication/319342591\\_Primjena\\_klaster\\_analize\\_u\\_ekonomskim\\_istrazivanjima](https://www.researchgate.net/publication/319342591_Primjena_klaster_analize_u_ekonomskim_istrazivanjima) - pristup 10.5.2020.
  32. Sawe E. B. (2018). Countries that consume the most honey. WorldAtlas. <https://www.worldatlas.com/articles/countries-that-consume-the-most-honey.html> - pristup 6.5.2020.
  33. Shahbandeh, M. (2019). Honey market worldwide and in the U.S. – Statistics & Facts. <https://www.statista.com/topics/5090/honey-market-worldwide/> - pristup 26.4.2020.
  34. Šánová P., Svodobová J., Hrubcová B., Šeráková P. (2017). Segmentation of honey buyers' behaviour by conjoint analysis. Czech University of Life Sciences Prague, Faculty of Economics and Management, Prague, Czech Republic. Scientia Agriculturae Bohemica. [online] 48, 2017 (1): 55-62.
  35. Šedik P., Prokešová B.R., Horska E. (2018). Consumption patterns and sensory perception of honey by young segment in Slovakia. EMI. [online] vol. 10, issue 3. <http://emijournal.cz/wp-content/uploads/2019/01/01-CONSUMPTION-PATTERNS-AND-SENSORY-PERCEPTION-OF-HONEY-BY-YOUNG-SEGMENT-IN-SLOVAKIA.pdf> – pristup 6.5.2020.



36. Wu S., Fooks J., Messer K., Delaney D. (2014). Consumer demand for local honey: An artefactual field experiment. Department of Applied Economics and Statistics, University of Delaware, RR14-08.
37. Zavodna L. S., Pospisil J. Z. (2016). Honey bee: a consumer's point of view. Environmental & Socio-economic Studies. [online] 4, 3: 26-32. [https://www.researchgate.net/publication/308343706\\_Honey\\_bee\\_a\\_consumer's\\_point\\_of\\_view](https://www.researchgate.net/publication/308343706_Honey_bee_a_consumer's_point_of_view) – pristup 9.5.2020.
38. Zhang, M. (2018). Consumer attitudes and behaviour towards honey in China. Ghent University, Belgium. [https://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/482/264/RUG01-002482264\\_2018\\_0001\\_AC.pdf](https://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/482/264/RUG01-002482264_2018_0001_AC.pdf) - pristup 10.3.2020.

# 11. Prilog

## 11.1. Anketa za potrošače meda

Poštovani,

pred Vama je anketni upitnik kojim se želi utvrditi upoznatost i stavovi potrošača meda o oznaci "Med hrvatskih pčelinjaka". Molimo Vas za suradnju, odnosno ispunjavanje anketnog upitnika. Za ispunjavanje upitnika je potrebno oko 5-7 min. Anketno ispitivanje je potpuno anonimno, a dobiveni podaci koristit će se isključivo za potrebe izrade moga diplomskog rada.

HVALA NA SURADNJI!!

Tea Perlić

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet

Diplomski studij Agrobiznis i ruralni razvitak

Ponašanje u kupnji i potrošnji meda

1. Konzumirate li med?

- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, završava anketu)

2. Koliko često kupujete med?

- 
- Češće od jednom mjesečno
- Jednom mjesečno
- Jednom u 2 mjeseca
- Jednom u 6 mjeseci
- Nekoliko puta godišnje
- Rjeđe od nekoliko puta godišnje

3. Koju vrstu meda najčešće kupujete? *(Moguće više odgovora)*

- Bagrem
- Cvjetni
- Kesten
- Lipa
- Livada
- Multiflorni
- Šumski
- Drugo:

4. Gdje najčešće kupujete med? *(Moguće više odgovora)*

- Izravno od proizvođača
- U specijaliziranim trgovinama
- Na sajmovima
- Na gradskoj tržnici
- U supermarketu
- U drogerijama
- Preko interneta
- Drugo:

5. Najčešće kupujem med koji dolazi iz...

- ... zemalja članica Europske unije (ne uključujući Hrvatsku)
- Hrvatske
- zemalja koje nisu članice Europske unije
- Ne znam od kuda je med koji najčešće konzumiram

6. Koliko Vam je važno...kad kupujete med?

	Potpuno nevažno 1	2	3	4	Jako važno 5
Okus					
Boja					
Miris					
Tekstura (gustoća)					
Bistrina					
Čistoća					

7. Koliko Vam je važno...kad kupujete med?

	Potpuno nevažno 1	2	3	4	Jako važno 5
Cijena					
Vrsta meda					
Izgled pakiranja					
Veličina pakiranja					
Proizvođač					
Oznaka kvalitete					
Zemlja podrijetla					
Način proizvodnje (eko, konvencionalni,...)					

8. Koliko često konzumirate med?

- Svaki dan
- Nekoliko puta tjedno
- Nekoliko puta mjesečno
- Nekoliko puta godišnje

9. Koliko mjesečno konzumirate meda? (kilograma)

- Manje od 0,5 kg/mjesečno
- 1-2 kg
- Više od 2 kg

10. Razlozi konzumacije meda? Molimo Vas da kod sljedećih izjava označite svoj stupanj suglasnosti.

	Uopće se ne slažem 1	2	3	4	U potpunosti se slažem 5
Koristim med jer je nutritivno vrijedna namirnica					
Koristim med zbog povoljnog utjecaja na zdravlje					
Koristim med u svrhu prirodnog zaslađivača					
Koristim med kao dodatak različitim jelima u kuhinji					
Koristim med za ljepotu (kao prirodnu kozmetiku)					

11. Koliko izdvajate za kilogram meda?

- 20-30 kuna
- 31-40 kuna
- 41-50 kuna
- 51-60 kuna
- 61-70 kuna

- 71-80 kuna
- više od 80 kuna

#### Upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

12. Prepoznajete li oznaku sa slike?



- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br. 24)

13. Znete li tko je uveo oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br. 15)

14. Navedite tko je, po Vašem mišljenju, uveo oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“.

- Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu
- Ministarstvo poljoprivrede
- Hrvatska poljoprivredna agencija
- Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju
- Drugo:

15. Znete li u čijoj je trenutno nadležnosti certifikacija oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br.17)

16. Navedite, po Vašem mišljenju, u čijoj je trenutno nadležnosti certifikacija oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu
- Ministarstvo poljoprivrede
- Hrvatska poljoprivredna agencija

- Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju
- Drugo:

17. Kupujete li med označen oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da, često
- Da, ponekad
- Da, rijetko
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br. 24)
- Nisam siguran/na

18. Koliko Vam je važna oznaka „Med hrvatskih pčelinjaka“ prilikom kupovine meda?

Uopće mi nije važna 1	2	3	4	U potpunosti mi je važna 5

19. Gdje najčešće kupujete med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“? (Moguće više odgovora)

- Izravno od proizvođača
- U specijaliziranim trgovinama
- Na sajmovima
- Na gradskoj tržnici
- U supermarketu
- Preko interneta
- Drugo:

20. Po mom mišljenju, med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“ je u odnosu na ostali med na tržištu...

	Uopće se ne slažem 1	2	3	4	Potpuno se slažem 5
Zdraviji					
Sigurniji					
Kvalitetniji					
Poudaniji					
Dostupniji					
Ukusniji					
Autentičan					

21. Ocijenite na ljestvici od 1 do 5 stupanj Vašeg povjerenja u oznaku „Med hrvatskih pčelinjaka“?

Uopće nemam povjerenja 1	2	3	4	Imam potpuno povjerenje 5

22. Jeste li spremni platiti više za med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br. 23)
- Ne znam

23. Koliko višu cijenu ste spremni platiti za med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- do 10%
- 11-20%
- 21-30%
- više od 30%

24. Na ljestvici označite koliko je vjerojatno da ćete u budućnosti kupovati „Med hrvatskih pčelinjaka“?

Sigurno neću kupovati 1	2	3	4	Sigurno ću kupovati 5

#### Sociodemografski podaci

25. Spol?

- Muško
- Žensko

26. Koliko imate godina?

- od 18 do 25 godina
- od 26 do 40 godina
- od 41 do 55 godina
- od 56 do 70 godina
- više od 70 godina

27. Gdje živite?

- U gradu
- Na selu

28. Koliko imate djece?

- Nemam djece
- 1-2 djece
- 3 djece
- više od 3 djece

29. Koje ste stručne spreme?

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Visoka stručna sprema
- Doktorat

30. Broj članova obitelji u kućanstvu? Uključujući i Vas.

- Samac/samkinja
- 1-2 člana
- 3-4 člana
- 5 i više članova

31. Dohodak kućanstva?

- do 4.000 kuna
- od 4.001 do 6000 kuna
- od 6001 do 8000 kuna
- od 8001 do 10.000 kuna
- više od 10.000 kuna
- Ne želim odgovoriti

Kraj

32. Zahvaljujem se na Vašem vremenu koji ste izdvojili za ispunjavanje ove ankete. Ukoliko imate komentare, pohvale i/ili kritike, molim Vas da ih ovdje napišete.



## 11.2. Anketa za proizvođače meda

Poštovani,

pred Vama je anketni upitnik kojim se želi utvrditi upoznatost i stavovi proizvođača meda o oznaci "Med hrvatskih pčelinjaka". Molimo Vas za suradnju, odnosno ispunjavanje anketnog upitnika. Za ispunjavanje upitnika je potrebno oko 5-7 min. Anketno ispitivanje je potpuno anonimno, a dobiveni podaci koristit će se isključivo za potrebe izrade moga diplomskog rada.

HVALA NA SURADNJI!!

Tea Perlić

Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet

Diplomski studij Agrobiznis i ruralni razvitak

### Proizvodnja meda

1. Proizvodite li med?

- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, završava anketu)

2. Vaša poslovno organizacijska jedinica je?

- Opg
- Obrt
- Zadruga
- d.o.o.
- d.d.
- Drugo:

3. Kolika je Vaša godišnja proizvodnja meda? (kilograma)

---

4. U posljednje tri godine Vaša proizvodnja se/je...?

- povećala
- ostala ista
- smanjila

5. Planirate li u sljedeće tri godine proizvodnju meda...?

- povećati
- zadržati na istoj razini
- smanjiti

6. Na kojem tržištu poslujete?

- lokalnom
- regionalnom
- nacionalnom
- međunarodnom

7. Koliko se dugo bavite pčelarstvom?

- Do godinu dana
- 1-2 godine
- 3-5 godine
- 6-10 godina
- Više od 10 godina

8. Jeste li naslijedili tradiciju bavljenja pčelarstvom od obitelji? Od bake, djeda, roditelja....

- Da
- Ne

9. Koliko imate pčelinjih zajednica?

---

10. Koliko imate košnica?

---

11. Koju/e vrstu/e meda proizvodite? *(Moguće više odgovora)*

- Amorfa
- Bagrem
- Cvjetni
- Kesten
- Lipa
- Livada
- Medljikovac
- Multiflorni
- Suncokret
- Vrijesak
- Drugo:

12. Molimo navedite najvažnije kanale preko kojih prodajete med? *(Moguće više odgovora)*

- Trgovački lanci (supermarketi)
- Trgovina malog opsega
- Gradske tržnice

- Sajmovi
- Ugostiteljstvo (hoteli, restorani, kafići)
- Agroturistička gospodarstva
- Specijalizirane trgovine
- Izravna prodaja
- Drogerije
- Preko interneta
- Drugo:

13. Koliko godišnje prodate meda? (kilograma)

14. Koliko naplaćujete med po kilogramu? Ukoliko proizvodite više vrsta, i prodajete po različitim cijenama, označite prosječnu cijenu za sve vrste.

- 20-30 kuna
- 31-40 kuna
- 41-50 kuna
- 51-60 kuna
- 61-70 kuna
- 71-80 kuna
- više od 80 kuna

15. Imate li punionicu?

- Da
- Ne

16. Po vašem mišljenju, jesu li potrošači u Hrvatskoj zainteresiraniji za hrvatski med od uvoznog meda?

- Da
- Potrošačima nije važno podrijetlo meda
- Potrošači su zainteresiraniji za hrvatski med od uvoznog, ali to nije nužno vidljivo po navikama kupovine
- Ne
- Drugo:

17. Mislite li kako oznake (na primjer izvornosti, zemljopisnog podrijetla, i druge) promoviraju domaću proizvodnju što se na kraju odražava na bolju prodaju?

- Da
- Ne
- Drugo:

## Upoznatost s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“

18. Prepoznajete li oznaku sa slike?



- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br. 25)

19. Jeste li korisnik/ca oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da
- Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br.24)

20. Koja su Vaša iskustva s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“?

	Uopće se ne slažem 1	2	3	4	Potpuno se slažem 5
Otkako imam oznaku, primjetio/la sam povećanje interesa za medom hrvatskih pčelinjaka.					
Otkako imam oznaku, prodaja meda je porasla.					
Oznaka nije utjecala na povećanje interesa potrošača za medom					

hrvatskih pčelinjaka.					
Oznaka nije utjecala na porast prodaje.					
Smatram kako nadležne institucije dobro obavljaju svoj posao u smislu promoviranja meda hrvatskih pčelinjaka.					
Ne smatram kako nadležne institucije dobro obavljaju svoj posao u smislu promoviranja meda hrvatskih pčelinjaka.					
Smatram kako postoji potencijal oznake "Med hrvatskih pčelinjaka" za povećanje interesa potrošača za medom hrvatskih pčelinjaka.					

21. Naplaćujete li više med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da  
 Ne (ukoliko odgovori sa „ne“, prelazi na pitanje br. 23)

22. Koliko više naplaćujete med s oznakom „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- do 10%  
 11-20%  
 21-30%  
 više od 30%

23. Namjeravate li ostati korisnik/ca oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da (prelazi na pitanje br. 25)
- Ne (prelazi na pitanje br. 25)

24. Namjeravate li postati korisnik/ca oznake „Med hrvatskih pčelinjaka“?

- Da
- Ne

Sociodemografski podaci

25. Spol?

- Muško
- Žensko

26. Koliko imate godina?

- od 18 do 25 godina
- od 26 do 40 godina
- od 41 do 55 godina
- od 56 do 70 godina
- više od 70 godina

27. Gdje živite?

- U gradu.
- Na selu.

28. Koliko imate djece?

- Nemam djece
- 1-2 djece
- 3 djece
- više od 3 djece

29. Koje ste stručne spreme?

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Visoka stručna sprema
- Doktorat

30. Broj članova obitelji u kućanstvu? Uključujući i Vas.

- Samac/samkinja

- 2-3 člana
- 4-5 člana
- više od 5 članova

Kraj

31. Zahvaljujem se na Vašem vremenu koji ste izdvojili za ispunjavanje ove ankete. Ukoliko imate komentare, pohvale i/ili kritike, molim Vas da ih ovdje napišete.

## Životopis

Tea Perlić rođena je 11. srpnja 1996. godine u Zagrebu, gdje je i odrasla. Osnovnu školu pohađala je u OŠ Matija Gubec od 2003. do 2011. godine. Nakon osnovne škole, upisala je prirodoslovno-matematičku V. gimnaziju u Zagrebu, te je maturirala 2015. godine. Iste godine je upisala Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, smjer Agrarna ekonomika. 2018. godine ostvaruje pravo na STEM stipendiju, te iste godine stječe zvanje prvostupnice agrarne ekonomike. Trenutno je na drugoj godini diplomskog studija Agrobiznis i ruralni razvitak, na Agronomskom fakultetu u Zagrebu. Koristi se engleskim jezikom razine B2 u razumijevanju, govoru i pisanju, računalnim operativnim sustavom Microsoft Windows i programskim paketom Microsoft Office. Stručnu praksu na trećoj godini preddiplomskog i petoj godini diplomskog odradila je u Hrvatskoj poljoprivrednoj agenciji, u službi za neobvezne sustave označavanja i promociju hrvatskih poljoprivredno prehrambenih proizvoda.