

Organic Products Market Planning in Eastern Croatia

Jadranka DEŽE, Ružica LONČARIĆ, Ljubica RANOGAJEC

Faculty of Agriculture in Osijek, Trg Svetog Trojstva 3, 31000 Osijek, Croatia
(e-mail: rloncaric@pfos.hr)

Abstract

Organic production is characterized by constant increasing trend and rising interest of potential producers and consumers. Understanding and planning of organic market is important in order to balance increasing supply and producers' interest, distribution and demand. Better understanding of potential consumers as well as their buying and consuming preferences is very significant considering that Croatian organic production is still marginal and insufficiently explored. The survey is conducted using questionnaire among 126 consumers. 85% of consumers purchase organic products. Prices of organic products compared to conventional products are considered reasonable higher in 64% cases while 18% of consumer consider prices as too high. Consumers prefer purchasing of organic fruit (65%) and vegetables (45%), whereas if higher life-standard is considered, consumer would purchase increased amounts of all organic products (except vegetables) what implies demand elasticity. Using Likert scale from 1 (not important at all) to 5 (very important) consumer defined significance of purchase motives and reasons of repulse. The most important purchasing motives are nutritive-health impact (mark 4.43), flavor (4.37) and care for environment (4.30). The most repulsing effect to consumer is price (3.66), accessibility (3.31) and promotion (2.75). Survey determined importance of product declaration to consumers (3.8) and product origin (local producers are preferred – 4.14).

Key words: organic production, demand, prices, purchase motives, declaration

sa2008_a0211

Planiranje tržišta za ekološke proizvode u istočnoj Hrvatskoj

Jadranka DEŽE, Ružica LONČARIĆ, Ljubica RANOGAJEC

Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Trg Svetog Trojstva 3, 31000 Osijek, Hrvatska
(e-mail: rloncaric@pfos.hr)

Sažetak

Poznavanje i planiranje tržišta ekoloških proizvoda značajno je kako bi se što bolje uskladio rast ponude i interes proizvođača, kao i unapređenje distribucije i potražnje. Bolje poznavanje potencijalnih kupaca, te njihovih potrošačkih i kupovnih preferencija, od iznimnog je značenja, budući da je ovaj oblik proizvodnje u Republici Hrvatskoj još uvijek marginalan i nedovoljno istražen. Anketiranje potrošača obavljeno je na uzorku od 126 ispitanika. Ekološke proizvode kupuje 85% potrošača. U 64% slučajeva smatraju da ovi proizvodi imaju opravdano višu cijenu u odnosu na konvencionalne, a 18% smatraju cijene previsokim. Potrošači trenutno preferiraju kupnju ekološkog voća (65%) i povrća (45%), a pod uvjetom povećanja životnog standarda kupovali bi više svih proizvoda (osim povrća) što generalno govori o elastičnoj potražnji za ekološkim proizvodima. Pomoću Likertove skale od 1 (uopće mi nije važno) do 5 (izuzetno mi je važno) potrošači su definirali značenje pojedinih motiva kupnje, kao i razloge zašto ekološke proizvode ne kupuju. Najznačajniji motivi kupnje su prehrambeno zdravstveni učinak (ocjena 4,43), zatim okus (4,37) i briga za okoliš (4,20). Kupce najviše odbijaju cijena ekoloških proizvoda (3,66), dostupnost (3,31), te promidžba (2,75). Anketom je utvrđeno značenje komponenti deklaracije ekološkog proizvoda (agregatno 3,8), te porijeklo proizvoda (preferiraju se domaći proizvođači – 4,14). Generalno je moguće zaključiti da potražnja za ekološkim proizvodima postoji sa tendencijom budućeg rasta.

Ključne riječi: ekološka proizvodnja, potražnja, cijene, motivi kupnje, deklaracija

sa2008_a0211