

IZVORNI ZNANSTVENI RAD

Stavovi proizvođača paškog sira o zemljopisnim oznakama

Željka Mesić, Marija Cerjak, Damir Kovačić

Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zavod za marketing u poljoprivredi, Svetošimunska 25, 10 000 Zagreb, Hrvatska (zmesic@agr.hr)

Sažetak

Cilj ovog istraživanja je bio ispitati poznaju li proizvođači paškog sira zemljopisne oznake, kako ih percipiraju i kakvi su njihovi stavovi prema zemljopisnim oznakama.

Istraživanje pokazuje da je samo manji dio proizvođača dobro upoznat sa zemljopisnim oznakama i koristima koje one nose. Veće znanje o oznakama imaju obrazovaniji proizvođači i oni koji su članovi Udruga ili kooperanti većih mljekara. Ispitanici koji znaju više o zemljopisnim oznakama pokazuju pozitivniji stav o tim oznakama. Oni se planiraju uključiti u zaštitu sira, te vjeruju više od ostalih ispitanika da će zaštita povećati prodaju i prodajnu cijenu sira, da će povećati konkurentnost i poznatost paškog sira, te smanjiti crno tržište i spriječiti zlouporabu imena. Rezultati ovog istraživanja ukazuju na potrebu većeg informiranja i educiranja proizvođača o zemljopisnim oznakama i koristima koje te oznake nose.

Ključne riječi: anketa, proizvođači, paški sir, stavovi, zemljopisne oznake

Uvod

Na međunarodnom tržištu vlada velika konkurencija za plasman poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. U toj borbi za konkurentnost sve više se cijene autohtoni proizvodi. Stoga su za proizvođače poljoprivredno-prehrambenih proizvoda od posebne važnosti oznake zemljopisnog podrijetla, izvornosti i tradicije. Zaštita tim oznakama postala je neizostavan i sve važniji dio poljoprivredne politike EU, a u posljednje vrijeme i RH. Oznaka zemljopisnog podrijetla, općenito govoreći, oznaka je na proizvodima koji posjeduju karakterističnu kvalitetu ili reputaciju nastalu zahvaljujući utjecaju (prirodnog ili ljudskog) određenog mjesta podrijetla. Zemljopisne oznake kao marketinški instrument doprinose komercijalnoj vrijednosti proizvoda ili usluge i povećavaju mogućnost prodaje po višim cijenama. Vrijednost zaštićenih poljoprivrednih proizvoda i hrane se povećava kroz prenošenje kulturnog identiteta regije iz koje proizvod potječe, znanja proizvođača i prirodnih izvora stvarajući pri tome jedinstven identitet proizvoda (Babcock and Clemens, 2004.).

Ciljevi zaštite proizvoda oznakama zemljopisnog podrijetla su: zaštita imena proizvoda od zlouporabe i imitacije, pomoć potrošačima kroz davanje informacija o specifičnostima i podrijetlu proizvoda, poticanje diverzificiranja poljoprivredne proizvodnje i ruralne stabilnosti (Soeiro, 2005.).

Rangnekar (2004.) navodi da oznake zemljopisnog podrijetla: potiču očuvanje bioraznolikosti, lokalno znanje i prirodne resurse, sprječavaju potpunu standardizaciju hrane, omogućuju proizvođačima da ponude jedinstvene proizvode na tržištu.

U Europi je oznakama izvornosti i/ili zemljopisnog podrijetla od 1992. do 1. lipnja 2009. zaštićeno 837 naziva poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (Fay, 2009.).

Mogućnost zaštita poljoprivredno-prehrambenih proizvoda zemljopisnim oznakama u Hrvatskoj nije dovoljno iskorištena. Gotovo sve hrvatske regije poznate su po nekom od proizvoda koji imaju jedinstvenu recepturu i svaki od njih je po mnogočemu „priča“ o bogatoj tradiciji, iskustvu, iznimnom podneblju i životu te običajima brojnih generacija hrvatskih obitelji.

Stoga je neupitno da se takav gospodarski i marketinški potencijal mora kroz spomenute sustave zaštite više iskoristiti, a u svrhu obogaćivanja tržišne ali i turističke ponude. Osim toga,

poticanje proizvodnje zaštićenih autohtonih proizvoda kao i njihova promocija mogla bi značajno doprinijeti ruralnom gospodarstvu kroz povećanje prihoda poljoprivrednika koji se bave proizvodnjom zaštićenih proizvoda, te zadržavanjem stanovništva u ruralnim područjima. Zbog zadržavanja stoljetnog načina proizvodnje paški je sir odavno zaštitni znak otoka Paga i on je jedan od proizvoda koji nose oznaku zemljopisnog podrijetla prema zakonskoj regulativi s kraja devedesetih (NN, broj 78/99 i 127/99).

Zbog promjene zakonskog okvira Udruga proizvođača paškog sira čiji su osnivači Paška sirana d.d. i Sirena – mala sirana d.o.o. pokrenula je proces pripreme dokumentacije za podnošenje zahtjeva za zaštitu paškog sira oznakom izvornosti prema novoj zakonskoj regulativi (»NN« broj 75/09, 88/2009.).

Postupak zaštite traži vrijeme i određena financijska sredstva, te je važno da proizvođači prepoznaju važnost zaštite svojih proizvoda i koristi koje iz takve zaštite proizlaze.

Stoga je cilj ovog istraživanja ispitati poznaju li proizvođači paškog sira zemljopisne oznake, kako ih percipiraju i kakvi su njihovi stavovi prema zemljopisnim oznakama.

Metode i materijali istraživanja

U istraživanju je rabljena metoda telefonskog ispitivanja, a kao instrument strukturirana anketna upitnica. Istraživanje je provedeno u travnju 2007. godine na uzorku od 30 ispitanika, proizvođača paškog sira s područja grada Paga, Novalje i okolice. Izbor ispitanika bio je stratificirani, odnosno u uzorak su slučajnim izborom birani proizvođači paškog sira iz baza kooperanata dvije paške sirane te članovi Udruga vezanih uz proizvodnju paškog sira i mlijeka. Anketna upitnica je sadržavala pitanja o proizvodnji i kapitalnim resursima ispitanika, poznavanju zemljopisnih oznaka, kanalima informiranja, stavovima proizvođača prema zemljopisnim oznakama te o sociodemografskim obilježjima ispitanika.

Podaci dobiveni anketnim ispitivanjem obrađeni su u SPSS programskom paketu, Izračunate su distribucije i frekvencije odgovora, a za utvrđivanje statističkih razlika među pojedinim grupama proizvođača korišteni su hi-kvadrat test i ANOVA.

Rezultati i diskusija

U istraživanju je sudjelovalo 30% muških ispitanika i 70% žena. Prosječna dob ispitanika je bila 56 godina, s rasponom od 30 do 77 godina.

Većina ispitanika ima samo nižu stručnu spremu (53%), a 47 % ispitanika ima srednju stručnu spremu. Više od dvije trećine ispitanika u kućanstvu ima aktivne poljoprivrednike i to uglavnom 2 aktivna poljoprivrednika. Čak dvije trećine ispitanika nema mlađu osobu u kućanstvu koja se planira nastaviti baviti proizvodnjom ovčjeg mlijeka odnosno sira.

Podaci o proizvodnji

Najveći broj ispitanika se bavi proizvodnjom paškog sira više od 30 godina (33,3%). Gotovo trećina ispitanika sudjeluje u ovoj proizvodnji između 11 i 20 godina, a oko petine ispitanika se proizvodnjom paškog sira bavi do 10 godina. Ispitanici koji se duže bave proizvodnjom paškog sira većinom su tu proizvodnju dobili u nasljedstvo od svojih roditelja. Najveći broj ispitanika po sezoni proizvede do 100 komada sira (41%), oko trećine njih proizvede između 101 – 200 komada sira, dok nešto više od petine ispitanika proizvodi više od 200 komada sira po sezoni. Ispitanici koji proizvode manje količine sira, uglavnom to rade iz hobija i za vlastite potrebe.

Nešto više od petine proizvođača proda do 50% proizvedenih količina sira, 17% ispitanika proda između 51 i 75%, dok približno trećina ispitanika proda između 76 – 100% godišnje proizvodnje sira.

Najzastupljeniji prodajni kanal je izravna prodaja (za čak 77% ispitanika) – sir se najčešće prodaje poznatim kupcima i turistima u vrijeme sezone. Oko petine ispitanika sir prodaje i u restorane. Nešto manje od petine ispitanika sir koristi za vlastite potrebe (23,3%).

Najveći broj proizvođača je u posljednje 3 godine držao nivo proizvodnje na istoj razini. Trećina ispitanika je povećala svoju proizvodnju, a njih 17% je smanjilo proizvodnju u posljednje tri godine. U sljedeće 3 godine proizvodnju namjerava povećati samo 13% proizvođača, 2/3 ispitanih namjerava zadržati proizvodnju sira na istoj razini (67%), a 20% proizvođača namjerava smanjiti proizvodnju sira.

Više od trećine ispitanika je imalo značajnije investicije u proizvodnju u posljednje 3 godine, dok 63% njih nije imalo nikakvih investicija u posljednje 3 godine. Nadalje, više od 2/3 proizvođača ne planira u naredne 3 godine značajnije ulagati u proizvodnju, dok samo 20% njih ima takve namjere. Kao ograničavajući čimbenik povećanja proizvodnje sira proizvođači uglavnom navode nedostatak financijskih sredstava.

Samo 10% ispitanika se nalaze u sustavu PDV-a. U upisnik poljoprivrednih proizvođača/gospodarstava upisani su gotovo svi ispitanici (96,7%). Većina ispitanika koristi državne poticaje (93%).

Poznavanje zemljopisnih oznaka

Samo 3 ispitanika (10%) smatraju da dobro poznaju regulativu vezanu uz zemljopisne oznake, 60% ih je čulo nešto o tome, a skoro trećina ispitanika je izjavila da ne zna ništa o oznakama zemljopisnog podrijetla proizvoda. Ispitanici sa završenom srednjom školom su bolje upoznati sa zemljopisnim oznakama od onih sa završenom samo osnovnom školom ($p=0,05$).

Najveći broj ispitanih proizvođača se informirao o zemljopisnim oznakama putem medija i u razgovoru s drugim proizvođačima, dok je 40% ispitanika informacije o zemljopisnim oznakama dobilo preko Udruga i mljekara čiji su članovi. Samo 4 ispitanika se o zemljopisnim oznakama informiralo na predavanjima i seminarima. Niti jedan ispitanik nije dobio informacije o zemljopisnim oznakama preko Hrvatskog Zavoda za poljoprivrednu savjetodavnu službu ili preko Interneta.

Članovi Udruge paška ovca i kooperanti paške sirane znaju više o zemljopisnim oznakama od drugih ispitanika ($p<0,05$). Predstavnici udruga i mljekara organiziraju seminare i radionice o zemljopisnim oznakama za svoje članove pa su zbog toga ti proizvođači više informirani o njima.

Stavovi proizvođača paškog sira o zemljopisnim oznakama

Proizvođači su upitani da izraze svoje mišljenje o mogućem utjecaju zemljopisnih oznaka na povećanje prodaje, prodajne cijene, poznatosti i konkurentnosti, smanjenje zlouporabe imena i crnog tržišta paškog sira, te na utjecaj na povjerenje potrošača u sigurnost proizvoda. Većina proizvođača (77%) smatra da bi zaštita paškog sira oznakom izvornosti povećala povjerenje potrošača u zdravstvenu sigurnost njihovog proizvoda. Veliki udio ispitanika je suglasan da bi zaštita paškog sira oznakom izvornosti zaštitila ime proizvoda od zlouporabe i imitacije (73%).

Dvije trećine ispitanika misli da bi zaštita povećala poznatost paškog sira (66,7%) te smanjila crno tržište (63,3%). Polovica ispitanika smatra da bi zaštita paškog sira povećala njegovu prodajnu cijenu.

Od 30 proizvođača paškog sira koji su sudjelovali u istraživanju samo 43,3 % njih se planira uključiti u postupak zaštite i proizvoditi po pravilniku, 40% to ne planira, dok ostali još nisu sigurni hoće li se uključiti u proizvodnju Paškog sira koji će biti zaštićen zemljopisnom oznakom izvornosti.

Tablica 1. Stavovi proizvođača paškog sira o zemljopisnim oznakama

Zemljopisna zaštita paškog sira će...	Da	Ne	Ne znam
	% ispitanika		
Povećati povjerenje potrošača u sigurnost proizvoda	77,6	6,7	16,7
Spriječiti zlouporabu imena	73,3	16,7	10,0
Povećati poznatost	66,7	20,0	13,3
Smanjiti crno tržište	63,3	16,7	20,0
Povećati konkurentnost	60,0	23,3	16,7
Povećati prodaju	56,7	26,7	16,7
Povećati prodajnu cijenu	50,0	30,0	20,0

Među ispitanicima koji su ulagali u proizvodnju u posljednje 3 godine i onima koji planiraju investicije u naredne tri godine je značajno veći udio onih koji se planiraju uključiti u zaštitu paškog sira i proizvoditi prema pravilniku ($p < 0,05$).

Ispitanici koji znaju više o zemljopisnim oznakama pokazuju pozitivniji stav o tim oznakama. Oni se planiraju uključiti u zaštitu sira, te vjeruju više od ostalih ispitanika da će zaštita i povećati prodaju i prodajnu cijenu sira, da će povećati konkurentnost i poznatost paškog sira, te da će smanjiti crno tržište i spriječiti zlouporabu imena ($p < 0,05$). Puno veći interes za proizvodnju sira sa zemljopisnom zaštitom su pokazali ispitanici sa završenom srednjom školom ($p < 0,05$).

Zaključak

Mogućnost zaštite zemljopisnim oznakama u Hrvatskoj nije dovoljno iskorištena. Gotovo u svim hrvatskim regijama postoje proizvodi s potencijalom za zemljopisnu zaštitu. Jedan takav proizvod je i Paški sir za koji je pokrenut postupak zaštite oznakom izvornosti prema novoj zakonskoj regulativi. Da bi se što veći broj proizvođača uključio u proizvodnju sira s oznakom izvornosti, neophodno je da su oni upoznati s prednostima koje takva oznaka nosi.

Rezultati istraživanja provedenog s proizvođačima paškog sira su međutim pokazali da je samo dio njih upoznat sa zemljopisnim oznakama i potencijalnim koristima koje te oznake nose. Ispitanici koji znaju više o zemljopisnim oznakama pokazuju pozitivniji stav o tim oznakama. Oni se planiraju uključiti u zaštitu sira, te vjeruju više od ostalih ispitanika da će zaštita povećati prodaju i prodajnu cijenu sira, da će povećati konkurentnost i poznatost paškog sira, te da će smanjiti crno tržište i spriječiti zlouporabu imena.

Rezultati ovog istraživanja ukazuju na potrebu većeg informiranja i educiranja proizvođača o zemljopisnim oznakama i koristima koje te oznake nose. To bi doprinijelo većem uključivanju proizvođača u postupak zaštite odnosno u proizvodnju zaštićenih proizvoda, što bi u konačnici povećalo dohodak tih proizvođača, ali i pomoglo razvoju cjelokupne regije.

Napomena

Podaci iznijeti u ovom radu predstavljaju rezultate istraživanja provedenog za potrebe izrade magistarskog rada dipl. ing. Željke Mesić.

Literatura

- Babcock, B., Clemens, R. (2004.). Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value-Added Agricultural Products. MATRIC Breafing paper 04-MBP 7. 2004.

- Fay, F. (2009.). Eu system for geographical indications for agricultural products and foodstuffs. Worldwide symposium on geographical indications, jointly organized by the World Intellectual Property Organization (WIPO) and the Patent Office of the Republic of Bulgaria Sofia. June 10 to 12. 2009.
- NN, broj 78/99., 127/99. Zakon o oznakama zemljopisnog podrijetla proizvoda i usluga.
- NN, broj 75/09. Zakon o oznakama izvornosti, oznakama zemljopisnog podrijetla i oznakama tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda.
- Rangnekar, D. (2004.). The Socio-Economics of Geographical Indications. UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development. Issue Paper No. 8
- Soeiro, A. (2005.). GI–Promoting the Know-how and Quality. Seminar and Exhibition “Geographical Indications, A Land of Opportunities” 28 April 2005., Bangkok.

Attitudes of Pag cheese producers toward geographical indications

Abstract

The aim of this study was to determine whether producers of Pag cheese are familiar with geographical indications (GIs), their perceptions and attitudes about these indications. The research shows that only a small part of producers is well acquainted with GIs and their benefits. Producers more familiar with GIs have better attitudes towards them and they believe more than others that protection would increase the sale and selling price of cheese, that would increase Pag cheese competitiveness, reduce black market and reduce abuse of the Pag cheese name. The results of this study indicate a need to better inform and educate producers about GIs and their benefits.

Key words: survey, producers, Pag cheese, attitudes, geographical indications