



KONZUMACIJA RIBE U HRVATSKOJ

Popis skraćenica

PER CAPITA – po glavi stanovnika

CATI – Kompjuterski podržano telefonsko anketiranje (*Computer Aided Telephone Interviewing*)

DZS – Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

EU – Europska Unija

EUMOFA - Europski tržišni opservatorij za proizvode ribarstva i akvakulture (*European Market Observatory for Fisheries and Aquaculture Products*)

EU28 – 28 država članica Europske Unije

FAO – Svjetska organizacija za prehranu i poljoprivredu Ujedinjenih naroda (*Food and Agriculture Organisation of the United Nations*)

KG – kilogram

KN – kuna, službena valuta Republike Hrvatska

M – medijan

MP – Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske

P – anketno pitanje

RH – Republika Hrvatska

UN – Ujedinjeni narodi

WHO – Svjetska zdravstvena organizacija (*World Health Organization*)

Kazalo

1. UVOD	1
1.1. CILJEVI ISTRAŽIVANJA	2
2. METODOLOGIJA	3
2.1. CATI METODA	3
2.2. STRUKTURA ANKETNOG UPITNIKA.....	4
2.3. STRUKTURA UZORKA I LOKACIJE ISTRAŽIVANJA	5
3. KLJUČNA SAZNAJNA	8
4. REZULTATI	10
4.1. SOCIODEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE ISPITANIKA	11
4.2. KONZUMACIJA RIBE U REPUBLICI HRVATSKOJ	14
4.3. NAVIKE POTROŠAČA U KONZUMACIJI RIBE.....	15
4.3.1. Razlozi za konzumiranje ribe	15
4.3.2. Razlozi za ne konzumiranje ribe	16
4.3.3. Konzumacija ribe prema vrsti proizvoda	17
4.3.4. Konzumacija prema vrsti ribe.....	19
4.3.5. Preferencije prema ribi ili ostalim skupina proizvoda ribarstva.....	20
4.3.6. Preferencije prema vrstama iz ostalih skupina proizvoda ribarstva	21
4.3.7. Učestalost konzumacije ribe kod kuće.....	22
4.3.8. Učestalost konzumacije ribe izvan kuće	23
4.3.9. Količina konzumacije ribe (kg) po obroku	24
4.3.10. Konzumacija ribe kod djece	25
4.3.11. Mjesto nabave ribe.....	26
4.3.12. Razlozi nabave ribe na preferiranim mjestima	28
4.3.13. Kvaliteta ponude ribe	29
4.3.14. Preferencije prema podrijetlu ribe	30
4.3.15. Razlozi preferencije potrošača prema odabranom podrijetlu ribe	31
4.3.16. Ključni faktori koji utječu na odluku (ne) kupnje ribe	33
4.4. STAV POTROŠAČA PREMA RIBI	34
4.4.1. Preferencije prema divljoj ili uzgojenoj ribi.....	34
4.4.2. Preferencije prema morskoj ili slatkovodnoj ribi	35
4.4.3. Način informiranja potrošača o važnosti konzumiranja ribe	36
4.4.4. Zainteresiranost za kušanje novih vrsta ribe / proizvoda ribarstva	37
4.4.5. Uvjeti za češću konzumaciju ribe	38
4.5. OPĆE ZNANJE O RIBI IZ UZGOJA	39
4.5.1. Stav o ribi iz uzgoja.....	39
4.5.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja	41

4.6.	STAV POTROŠAČA PREMA INFORMACIJAMA O RIBI	43
4.6.1.	<i>Stav prema informacijama sadržanim u deklaracijama proizvoda ribarstva</i>	43
4.6.2.	<i>Stav prema informacijama na deklaracijama proizvoda ribarstva na razini regija</i>	45
4.6.3.	<i>Važnost informacija na deklaracijama</i>	51
5.	STAVOVI I OPĆE ZNANJE POTROŠAČA O RIBI IZ UZGOJA NA RAZINI REGIJA	52
5.1.	SLAVONIJA	52
5.1.1.	<i>Stav o ribi iz uzgoja</i>	52
5.1.2.	<i>Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja</i>	53
5.2.	SREDIŠNJA HRVATSKA	54
5.2.1.	<i>Stav o ribi iz uzgoja</i>	54
5.2.2.	<i>Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja</i>	55
5.3.	SJEVERNA HRVATSKA	56
5.3.1.	<i>Stav o ribi iz uzgoja</i>	56
5.3.2.	<i>Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja</i>	57
5.4.	ZAGREB	58
5.4.1.	<i>Stav o ribi iz uzgoja</i>	58
5.4.2.	<i>Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja</i>	59
5.5.	ISTRA I PRIMORJE	60
5.5.1.	<i>Stav o ribi iz uzgoja</i>	60
5.5.2.	<i>Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja</i>	61
5.6.	DALMACIJA	62
5.6.1.	<i>Stav o ribi iz uzgoja</i>	62
5.6.2.	<i>Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja</i>	63
6.	ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	64
ANEKS 1:	ANKETNI UPITNIK ISTRAŽIVANJA	69

1. UVOD

Riba pripada skupini namirnica životinjskog porijekla koja je bogata proteinima i visoko nezasićenim omega-3 masnim kiselinama, te redovno konzumiranje ima blagotvorni učinak na ljudsko zdravlje. Iako je svježa riba široko dostupna u Europi, konzumacija u većini država članica Europske Unije (EU-28) je ispod preporučenih količina. Trenutna konzumacija na nivou EU iznosi otprilike 12 milijuna tona godišnje, od čega na uvoz otpada 60 %. Svjetska konzumacija ribe iznosi 20,1 kg/per capita u 2015¹. Prema podacima Europskog tržišnog opservatorija za proizvode ribarstva i akvakulture (EUMOFA), europski prosjek konzumacije iznosi 25,5 kg/per capita, no postoje velike razlike između pojedinih država članica, pa tako konzumacija u Portugalu iznosi rekordnih 55,3 kg/per capita, dok Španjolska drži drugo mjesto s 46,2 kg/capita². Iako su Hrvati većim dijelom, prema mentalitetu, kulturi, načinu života i prehrani, bliski ostalim stanovnicima Mediterana, još su skromni potrošači ribe. Konzumacija ribe u Hrvatskoj je vrlo niska, te ona prema EUMOFA izvoru iznosi 18,4 kg/per capita u 2015., dok prema zadnjim podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS) konzumacija ribe kod hrvatskih potrošača iznosi od 8 do 9 kg/per capita u 2012³. Uzimajući u obzir dugu tradiciju ribarstva koje je neodvojivi dio identiteta obalnog i otočnog stanovništva, navedene količine su neopravdano niske. Pored toga što ribarstvo opskrbljuje tržište sa zdravom hranom, ono predstavlja zaštitni znak tradicijskog načina življenja na Jadranu. Unatoč očiglednoj važnosti ribe u prehrani, ona je često zanemarena u diskusijama o nutritivnim vrijednostima i zdravstvenim blagodatima, stoga dobivanje jasne slike o konzumaciji ribe i njejoj ulozi u prehrani kod Hrvata predstavlja svojevrstni izazov. U 2015. godini, Hrvatska je imala ukupnu proizvodnju proizvoda ribarstva i akvakulture od 89.138 tona⁴, te je prema podacima DZS neto izvoznik, odnosno izvozi (818 304 tis. kn) više ribe nego što uvozi (159 015 tis. kn)⁵ – što daje temelje za povećanje količine aktualne konzumacije ribe. U Hrvatskoj je do sada provedeno svega nekoliko pojedinačnih istraživanja o konzumaciji ribe, uz korištenje različitih metoda, što dovodi u pitanje usporedivost raspoloživih podataka i onemogućava utvrđivanje trendova. Upravo zbog toga se nametnula potreba za provođenjem cjelovitog istraživanja koje će dati odgovor na pitanje je li i zbog čega je trenutna konzumacija ribe u RH ispod prosjeka EU, kakvo je opće znanje i stav Hrvata prema konzumaciji ribe, a posebice prema konzumaciji ribe iz uzgoja.

U cilju dobivanja najaktualnijih reprezentativnih podataka i spoznaja o konzumaciji ribe na području cijele Hrvatske, Eurofish, međunarodna organizacija za razvoj ribarstva i akvakulture u Europi, je proveo istraživanje tržišta i izradio izvještaj pod nazivom „Konzumacija ribe u Republici Hrvatskoj“ na zahtjev Ministarstva poljoprivrede Republike Hrvatske koji je bio podnesen tijekom redovne, 15. sjednice Upravnog vijeća Eurofish-a u Kopenhagenu 2016 godine, kojeg je RH redovna članica.

Izrazi „**riba**“ i „**proizvodi ribarstva**“ su sinonimi koji se koriste naizmjenično u ovom Izvještaju, a uključuju proizvode ribarstva i akvakulture odnosno morsku i slatkovodnu ribu, rakove, školjke i glavonošce, osim ako nije drugačije naznačeno u tekstu

Izraz „**kg/per capita**“ izražava količinu konzumacije u kilogramima po stanovniku

¹ Svjetska organizacija za prehranu i poljoprivredu (FAO), 2016

² Europski tržišni opservatorij za proizvode ribarstva i akvakulture (EUMOFA), Europska komisija, 2015

³ Državni zavod za statistiku (DZS), 2012

⁴ Uprava ribarstva, Ministarstvo poljoprivrede, 2015

⁵ Državni zavod za statistiku, Stat. ljetop. Repub. Hrvat. 2016., str.403

Anketno istraživanje je provedeno tijekom ožujka 2017. u suradnji s agencijom za istraživanje tržišta Prizma d.o.o. iz Zagreba, koja je provela istraživanje, dostavila statističke podatke i sudjelovala u izradi anketnog upitnika, te u suradnji s Ministarstvom poljoprivrede, Upravom ribarstva, koja je sudjelovala u izradi anketnog upitnika.

1.1. Ciljevi istraživanja

Opći cilj istraživanja je identificirati navike, preferencije i načine konzumacije ribe, kao i stavove i opće znanje o ribi hrvatskih potrošača.

Specifični ciljevi istraživanja uključuju:

- Identificirati sociodemografske karakteristike hrvatskih potrošača;
- Definirati ključne razloge za (ne) konzumaciju ribe;
- Dobiti uvid u preferenciju vrste / proizvoda ribarstva, te učestalost i količinu nabave;
- Prikazati mjesto i razloge nabave, potražnju i dostupnost ribe na tržištu, kao i načine na koji potrošači preferiraju konzumirati ribu;
- Saznati da li postoji preferencija prema ribi ovisno o podrijetlu i vrsti, odnosno divljoj ili uzgojenoj, morskoj ili slatkovodnoj;
- Identificirati načine informiranja potrošača o ribi i utvrditi mogućnosti za povećanje konzumacije ribe kod potrošača;
- Spoznati stavove prema informacijama o ribi i važnosti istih na deklaracijama proizvoda;
- Predstaviti opće znanje i razmišljanja potrošača o ribi iz uzgoja.

2. METODOLOGIJA

2.1. CATI metoda

Anketno istraživanje je provedeno u razdoblju od 6. do 22. ožujka 2017. godine. Korištena metoda ispitivanja zove se „kompjuterski podržano telefonsko anketiranje“ / *Computer aided telephone interviewing* (CATI). Sustav CATI najčešće se tretira kao automatski oblik centraliziranog telefonskog intervjuiranja za razliku od metode klasičnog intervjuiranja ili onog pomoću upitnika koji se šalje poštom.

Glavne prednosti i razlozi odabira CATI metode u provođenju anketnog istraživanja:

- CATI sistem značajno smanjuje mogućnosti pogreške anketara. Eventualne pogreške anketara se slučajno distribuiraju na nivou cijelog uzorka;
- Slučajni odabir ispitanika – selekcija ispitanika je od iznimne važnosti, stoga se odvija slučajnim odabirom u skladu sa zadanim parametrima i automatskim postavkama ponavljanja poziva prema brojevima koji nisu prvotno uspostavljeni, što značajno povećava reprezentativnost ukupnih podataka;
- Najveća prednost – u svakom trenutku je moguće dobiti analizu prikupljenih podataka;
- Jednostavnije je kontrolirati i ostvariti specificiranu malu kvotu po županiji/regiji (20 županija i grad Zagreb) u odnosu na metodu osobni intervju / *Face2Face* (F2F);
- Reprezentativnost krajnjeg uzorka je izuzetno visoka, s obzirom da je skoro 100 % kućanstava dostupno korištenjem metode rada CATI metode (uključuje otoke i ruralna područja koja obično nisu pokrivena metodom F2F). Ovako visoki postotak dostupnosti je omogućen kombinacijom kućnih i mobilnih brojeva u ukupnom uzorku;
- CATI pokriva sve potencijalne ispitanike neovisno o lokaciji prebivališta i mjestu gdje ispitanici obavljaju kupnju. Opcija provođenja metode F2F ispred trgovačkih centara, trgovina i ribarnica nije dolazila u obzir s obzirom na željeni cilj ostvarivanja što reprezentativnijih podataka. Naime, odabir navedenih lokacija bi značajno utjecao na ukupne rezultate u smislu veće konzumacije, specifičnih stavova itd.

2.2. Struktura anketnog upitnika

Za provedbu istraživanja koristio se anketni upitnik (aneks 1.) kreiran od strane Eurofish-a uz konzultacije s Upravom za ribarstvo Ministarstva poljoprivrede RH (MP) i agencijom za istraživanje tržišta Prizma d.o.o.

U upitniku su se koristile dvije skupine pitanja raspoređene u 5 sekcija; otvorena (31) i zatvorena pitanja (3). Otvorena pitanja su ona na koja ispitanik daje odgovore na ponuđena pitanja ili svojim riječima, prirodno i spontano, onako kako njemu najviše odgovara. Obično se iza pitanja ostavlja prazan prostor u koji ispitanik upisuje odgovor. Zatvorena su ona pitanja sastavljena od Likertove skale u rasponu od 1 do 5, kod kojih pored pitanja, stoje i ponuđeni odgovori. Kod tih pitanja ispitanik odgovara tako da izabere jedan ili više ponuđenih odgovora. Trajanje ispitivanja kretalo se u prosjeku od 8 do 10 minuta.

Struktura anketnog upitnika:

<p>NAVIKE POTROŠAČA U KONZUMACIJI RIBE (16 pitanja)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Potrošači su anketirani o općenitim navikama, preferencijama i učestalosti nabave ribe, te lokacijama kupnje i razlozima za nabavu ribe.
<p>STAV POTROŠAČA PREMA RIBI (5 pitanja)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ova sekcija obuhvaća općenita pitanja o stavovima potrošača po pitanju preferencija prema podrijetlu ribe, odnosno divljoj ili uzgojenoj, morskoj ili slatkovodnoj, te o izvorima za dobivanje informacija o pozitivnim zdravstvenim učincima konzumacije ribe.
<p>OPĆENITO ZNANJE O RIBI IZ UZGOJA (2 Likertove skale)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ispitanici su ocijenjivali različite ponuđene činjenice u tablici uz korištenje Likertove skale sa pet ocjena u rasponu od "uopće se ne slažem" (1) do "u potpunosti se slažem" (5).
<p>STAV POTROŠAČA PREMA INFORMACIJAMA O RIBI (1 Likertova skala / 1 pitanje)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Glavna pitanja odnosila su se na stav potrošača prema informacijama na deklaracijama proizvoda.
<p>SOCIODEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE POTROŠAČA (9 pitanja)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pitanja s ciljem dobivanja generalnih informacija o spolu, godištu, obrazovanju, socijalnom statusu i mjestu življenja ispitanika.

2.3. Struktura uzorka i lokacije istraživanja

Prema popisu stanovništva iz 2011. godine Hrvatska ima 4 284 889 stanovnika, od kojih 3 485 881 ima minimalno 18 ili više godina – čime su kvalificirani za sudjelovanje u anketnom istraživanju. U anketiranju je sudjelovao reprezentativan broj od 1 001 ispitanika, uz maksimalnu granicu pogreške (*margin of error*) od 3 %. Zbog prevelikog broja usitnjenih jedinica, analiza rezultata se nije provodila na razini županija već na razini šest okrupnjenih regija (Slavonija, Središnja Hrvatska, Sjeverna Hrvatska, Zagreb, Istra i Primorje te Dalmacija). Ovakva analiza je izabrana jer broj ispitanika po geografskoj jedinici raste, stoga je moguće donijeti reprezentativnije, pouzdanije i kvalitetnije zaključke. Stanovništvo Hrvatske nije ravnomjerno distribuirano po županijama, pa u tom smislu svaka druga analiza uzorka ne bi bila dovoljno reprezentativna, odnosno proporcionalna s populacijskim parametrima.

Rezultati su analizirani na razini **šest regija*** koje su sačinjene od pripadajućih županija (tablica 1).

Tablica 1. Regije s pripadajućim županijama

Regija	Županija
Slavonija	Vukovarsko-srijemska
	Virovitičko-podravska
	Požeško-slavonska
	Osječko-baranjska
	Brodsko-posavska
Središnja Hrvatska	Bjelovarsko-bilogorska
	Karlovačka
	Sisačko-moslavačka
Sjeverna Hrvatska	Koprivničko-križevačka
	Krapinsko-zagorska
	Međimurska
	Varaždinska
Zagreb	Grad Zagreb
	Zagrebačka
Istra, Primorje i zaleđe	Istarska
	Ličko-senjska
	Primorsko-goranska
Dalmacija	Dubrovačko-neretvanska
	Splitsko-dalmatinska
	Šibensko-kninska

*Regije su uvijek poredane po istom redoslijedu radi jednostavnijeg pregleda

Na priloženoj slici 1. prikazana je karta Republike Hrvatske s pripadajućih šest regija koje su podijeljene na 20 županija i grad Zagreb. Regija Slavonija je označena tamno zelenom bojom, regija Središnja Hrvatska – crvenom, regija Sjeverna Hrvatska – svijetlo zelenom, regija Zagreb – žutom, regija Istra i Primorje – plavom, dok je regija Dalmacija označena ljubičastom bojom.



Slika 1. Karta Hrvatske s pripadajućim regijama

Struktura uzorka je podijeljena u dvije sekcije; podjela prema konzumaciji ribe na nacionalnoj razini i regionalnoj razini.

a) Konzumacija ribe na nacionalnoj razini

Od 1 001 ispitanika iz ukupno 6 regija, njih 87 % konzumira, dok 13 % uopće ne konzumira ribu (tablica 2). Ispitanici koji ne konzumiraju ribu su isključeni iz daljnjeg anketnog ispitivanja. Temeljem navedenog, daljnja analiza podataka je provedena na uzorku od 868 potrošača ribe. Prikazana struktura uzorka može se smatrati kao ukupna nacionalna stopa konzumacije ribe u Hrvatskoj, izražena u postocima (%).

Tablica 2. Struktura uzorka na nacionalnoj razini

		%	N
Stanovnici Hrvatske	Ukupno	100	1001
	Konzumacija ribe		
	Da	87	868
	Ne	13	133

b) Konzumacija ribe na regionalnoj razini

Struktura uzorka bazirana na podjeli po regijama daje bolje razumijevanje i jasnije uočavanje razlika u konzumaciji ribe između pojedinih regija. Na temelju podjele možemo zaključiti da su razlike među regijama prisutne.

Ukupno najveći udio ispitanika dolazi iz regije Zagreb (239), gdje je, za razliku od drugih regija, zastupljen najveći broj potrošača iz dvije skupine potrošača - onih koji konzumiraju (201) i onih koji ne konzumiraju ribu (38). Istra i Primorje imaju najveći broj osoba koje konzumiraju (129), dok su se tek četiri osobe izjasnile da ne konzumiraju ribu (tablica 3).

Tablica 3. Struktura uzorka na regionalnoj razini

		%	N		
			Konzumacija ribe		
		Ukupno	Ukupno	Da	Ne
Stanovnici Hrvatske	Ukupno	100	1 001	868	133
	Regija				
	Slavonija	20	198	175	23
	Središnja Hrvatska	10	100	82	18
	Sjeverna Hrvatska	13	128	100	28
	Zagreb	24	239	201	38
	Istra i Primorje	13	133	129	4
	Dalmacija	29	202	182	20

3. KLJUČNA SAZNANJA

Navike i preferencije potrošača pri konzumaciji ribe u Hrvatskoj

Velika većina ispitanika konzumira ribu (87 %). Izrazito visoki postotak konzumacije ribe zabilježen je u regiji Istra i Primorje (97 %), dok je takva tendencija niža u kontinentalnim regijama Sjeverne (78 %) i Središnje Hrvatske (82 %). Manji dio ispitanika ne konzumira ribu i to prvenstveno jer im se ne sviđa okus/miris (54 %) ili nemaju naviku (27 %). Cijena predstavlja važan faktor za manji dio populacije (17 %). U svim regijama je zabilježeno da ispitanici konzumiraju ribu zbog dobrog okusa (58 %) i dobrog utjecaja na zdravlje (47 %). Ukupno gledajući, **svježi proizvodi se najviše konzumiraju (88 %)**, pogotovo u jadranskim regijama; Dalmaciji, Istri i Primorju. Oko 2/3 ispitanika konzumira smrznutu ribu (65 %), dok nešto više od polovice (56 %) preferira konzervirane / prerađene proizvode. Smrznuti proizvodi se češće konzumiraju u Sjevernoj Hrvatskoj i Zagrebu. Pored ostalih proizvoda ribarstva (10 %), odnosno školjaka, glavonožaca ili rakova, **riba je glavni izbor (84 %)** za većinu potrošača, i to u svim regijama.

Stanovnici Hrvatske najčešće konzumiraju oslića (40 %), srdelu (38 %) i šarana (24 %), dok je redoslijed na razini regija drugačiji. Tako u Slavoniji i Središnjoj Hrvatskoj se na jelovniku najčešće nalazi šaran, u Sjevernoj Hrvatskoj i Zagrebu prvo mjesto zauzima oslić, dok stanovnici Dalmacije i Istre i Primorja favoriziraju srdelu. Desetina ispitanika koji preferiraju ostale ribarske proizvode, najčešće konzumiraju lignju (68 %) i hobotnicu (34 %).

Hrvatski potrošači konzumiraju ribu kod kuće jednom ili nekoliko puta tjedno (71 %), s učestalijom konzumacijom jednom tjedno (44 %) i s izraženijom frekvencijom u jadranskim regijama – Dalmaciji, Istri i Primorju. Za razliku od konzumacije kod kuće, riba se uglavnom konzumira **izvan kuće samo nekoliko puta godišnje (75 %)**. **Prosječno kućanstvo troši manje od 1 kg (45 %) ili 1–2 kg (47 %) ribe po obroku**, što iznosi otprilike 0,4 kg po članu kućanstva. U većini kućanstava s djecom sva djeca konzumiraju ribu (71 %) ili samo neka od djece (19 %).

2/3 potrošača kupuje ribu na ribarnici, dok nešto više od polovice to prakticira u trgovačkim centrima. Ribarnice su najčešće mjesto za kupnju u jadranskim regijama, i to prvenstveno radi bolje kvalitete i svježine ribe (49 %), te pristupačnosti lokacije (33 %). Generalno, potrošači smatraju ponudu ribe prosječnom.

Pri kupnji, većina potrošača preferira ribu podrijetlom iz Hrvatske (55 %), dok manji dio radije bira ribu iz vlastite regije (29 %). Preferencija potrošača za odabir ribe iz vlastite regije je najzastupljenija u jadranskim regijama. Razlozi koji utječu na preferiranje kupnje ribe podrijetlom iz Hrvatske su prvenstveno povezani s dobrom kvalitetom i prepoznatljivim dobrim okusom. Cijena (45 %) i kvaliteta (39 %) predstavljaju glavne faktore koje potrošači uzimaju u obzir tijekom obavljanja kupnje.

Stav potrošača prema ribi

Hrvatski potrošači preferiraju divlju ribu (62 %) naspram ribe iz uzgoja (13 %). Zanimljivo je da je ova razlika manje izražena u kontinentalnim regijama; Slavoniji, Sjevernoj i Središnjoj Hrvatskoj. Morska riba je znatno popularnija (60 %) u odnosu na slatkovodnu ribu (22 %) na nivou cijelog uzorka ispitanika, dok je situacija drugačija na razini regija, gdje potrošači u Slavoniji i Središnjoj Hrvatskoj preferiraju uglavnom slatkovodnu ribu. Informacije o važnosti konzumacije ribe se najčešće dobivaju preko vlastitog iskustva (47 %) i televizije (35 %). Polovica ispitanika je zainteresirano za kušanje novih proizvoda. **Niža cijena (54 %) i bolja dostupnost, kao i širi izbor ribe (23 %) bi potaknuli stanovnike Hrvatske na učestaliju nabavu ribe.**

Općenito znanje o ribi iz uzgoja

Većina ispitanika smatra da je riba iz uzgoja masnija (69 %) i slabije kvalitete (51 %) od divlje. Potrošači drže da je riba iz uzgoja skupa (45 %) i da izgled te okus nisu prirodni (35 %). Općenito gledajući, znanje o ribi iz uzgoja nije procijenjeno kao visoko, s obzirom da se četvrtina ispitanika izjasnila kao nedovoljno informirana o ribi iz uzgoja, dok je 44 % informirano.

Uglavnom, potrošači u Hrvatskoj smatraju da bi ih za češću kupnju ribe iz uzgoja potaknuli elementi kao što su niža cijena (65 %), bolja vidljivost podrijetla ribe (64 %), bolja kvaliteta (61 %), šira ponuda (58 %) i veća količina informacija (58 %). Navedeni faktori imaju nižu tendenciju utjecaja na odluku potrošača u jadranskim regijama, a pogotovo u Dalmaciji.

Stav potrošača prema informacijama na proizvodima ribarstva

Manje od trećine potrošača smatra informacije na deklaracijama jasnim i razumljivim (31 %), lako dostupnim (30 %) i istinitim (26 %). Dostupne informacije o ribi se smatraju umjereno jasnima, kompletnim i povjerljivim. **Za većinu potrošača datum trajnosti je najvažnija informacijama** pri kupnji ribe (53 %), nakon čega slijedi podrijetlo ili područje ulova (26 %).

4. REZULTATI

Poglavlje „rezultati“ donosi generalni pregled sociodemografskih karakteristika hrvatskih potrošača, njihovih preferencija, navika, znanja i stavova o konzumaciji ribe, a sve na temelju obrađenih statističkih rezultata provedenog anketnog istraživanja.

Analiza rezultata istraživanja daje spoznaje o tome koliko potrošači često konzumiraju ribu kod / izvan kuće, gdje običavaju nabavljati ribu, koje skupine / vrste ribe preferiraju i zašto. Sveobuhvatnom analizom nastoji se istražiti stav i otvorenost potrošača prema novim proizvodima ribarstva. Obrađen je utjecaj faktora koji povećavaju konzumaciju ribe, odnosno utjecaj motivacijskih faktora kao što su mediji, obitelj i prijatelji, ali i utjecaj karakteristika proizvoda, to jest koliko cijena, pakiranje i reklama proizvoda utječu na učestalost konzumacije.

Pored rezultata na nacionalnoj razini, zasebno su obrađeni rezultati po regijama kako bi se dobio što bolji uvid o stavovima i znanjima o ribi iz uzgoja na regionalnoj razini te pritom donijela zapažanja i zaključci za manje geografske jedinice.

4.1. Sociodemografske karakteristike ispitanika

Tablica 4. prikazuje sociodemografske karakteristike ispitanika koje uključuju spol, godine, obrazovanje, radni status, osobni prosječni neto primitak i broj članova kućanstva. Od ukupnog broja ispitanika na **razini svih hrvatskih regija**, 52,5 % su žene, dok muškarci čine preostalih 47,5 %, što rezultira ravnomjernim omjerom spolova. Ukupno na nacionalnoj razini prevladavaju osobe iz kategorije 65+ (24 %), sa srednjoškolskim obrazovanjem (56 %), koji su u radnom odnosu (45 %) ili umirovljeni (33 %), uz osobni prosječni neto mjesečni dohodak od 2.000 do 4.000 kn (32 %), s 2 do 4 člana (66 %) u zajedničkom kućanstvu. Više od polovice ispitanika je bez primanja (18 %) ili ima značajno manji dohodak (49 %) od prosječne hrvatske neto plaće od 6.022 kn, koliko je ista iznosila u ožujku 2017⁶.

Ukupno vrlo mali broj potrošača ima mjesečna primanja iznad 8.000 kn (5 %), od čega najviše potrošača ribe s navedenim primanjima ima Dalmacija (8 %), dok u Središnjoj Hrvatskoj ista grupa potrošača čini samo 1 %.

Ispitanici u **Slavoniji** su većinom žene (52 %), dobne kategorije od 55 do 64 godine (23 %), s natpolovičnim brojem osoba sa srednjom stručnom spremom (51 %), u radnom odnosu (39 %) s mjesečnim neto primanjima od 2.000 do 4.000 kn, te uglavnom žive u zajedničkom kućanstvu s 2 osobe (28 %). Skoro pola ispitanika u Slavoniji živi na selu (41 %) i mjestima s manje od 999 stanovnika (28 %).

Potrošači **Središnje Hrvatske** su pretežito muškarci (53 %), osobe najstarije dobne skupine 65+ (34 %), s podjednakom zastupljenosti srednjoškolskog (46 %) i osnovnoškolskog obrazovanja (41 %), te umirovljenici (41 %) uz mjesečne prihode do 2.000 kn (30 %) s dva člana u zajedničkom kućanstvu (27 %). Većina živi na selu ili farmi (40 %) s manje od 999 stanovnika (45 %).

Sjeverna Hrvatska ima veći udio žena (54 %), osoba starijih od 65+ (22 %) i zaposlenih (45 %), s prihodima od 2.000 do 4.000 kn (31 %) i najčešće 2 člana zajedničkog kućanstva (28 %). Na razini cijele Hrvatske, ova se regija ističe kao ona gdje najviše potrošača živi na selu (54 %).

Zagreb ima omjer spolova u korist žena (54 %), prevladavaju ispitanici od 45 do 54 godine (21 %), zaposleni (50 %) s prihodima od 2.000 do 4.000 kn (39 %), dok četvrtina živi u kućanstvu s 2 člana. Očekivano, većina dolazi iz velikog grada (67 %).

Regiju **Istra i Primorje** karakterizira 51 % muških ispitanika, od 25 do 34 godine (29 %), s najvećim udjelom potrošača na nacionalnoj razini koji su se izjasnili da imaju srednju školu (66 %). Polovica je radnom odnosu s prosječnim mjesečnim prihodom od 2.000 do 4.000 kn (40 %), dok četvrtina živi kao samac u kućanstvu. Trećina ispitanika živi u velikom gradu.

Potrošači **Dalmacije** su većinski žene (51 %), umirovljenici (33 %), osobe sa srednjom školom (56 %), u radnom odnosu (43 %), s prihodima od 2.000 do 4.000 kn (29 %) i uglavnom žive u kućanstvu s dva člana (29 %). Mjesto stanovanja je pretežito u gradu (31 %) i na selu (27 %).

⁶ Državni zavod za statistiku, 2017

Tablica 4. Sociodemografske karakteristike ispitanika (a)

		Regija						
		ukupno	Slavonija	Središnja Hrvatska	Sjeverna Hrvatska	Zagreb	Istra i Primorje	Dalmacija
		%	%	%	%	%	%	%
	N	1 001	198	100	128	239	133	202
Spol	muško	48	48	53	46	46	51	49
	žensko	52	52	47	54	54	49	51
Godine	18 do 24 godina	8	8	5	8	10	7	6
	25 do 34 godina	16	14	13	13	18	29	12
	35 do 44 godina	17	15	16	18	16	19	16
	45 do 54 godina	19	19	16	19	21	15	21
	55 do 64 godina	16	23	15	21	16	11	11
	65+ godina	24	20	34	22	18	20	33
Obrazovanje	osnovna škola	24	35	41	26	15	15	21
	srednja škola	56	51	46	59	57	66	56
	viša škola/prvostupnik	8	7	4	8	9	8	11
	magisterij/doktorat	11	7	8	7	18	10	13
Radni status	zaposlen	45	39	36	45	50	50	43
	učenik/student	5	6	3	3	8	5	3
	umirovljenik	33	33	41	35	31	24	37
	nezaposlen/domaćica	17	22	20	16	11	21	17
Osobni prosječni mjesečni neto primitak	bez prihoda	18	24	23	14	16	13	17
	do 2.000	17	24	30	26	5	16	15
	2.001 do 4.000	32	28	23	31	39	40	29
	4.001 do 6.000	19	13	12	21	22	18	24
	6.001 do 8.000	9	8	10	6	12	8	8
	više od 8.000	5	3	2	1	6	6	8
Broj članova u kućanstvu	1	15	13	21	8	14	24	14
	2	27	28	27	28	25	22	29
	3	19	19	19	19	23	20	16
	4	20	18	16	20	24	18	19
	5 i više	19	23	17	26	13	16	22

Tablica 5. prikazuje sociodemografske karakteristike ispitanika te uključuje mjesto stanovanja i broj stanovnika u mjestima gdje anketirani potrošači žive.

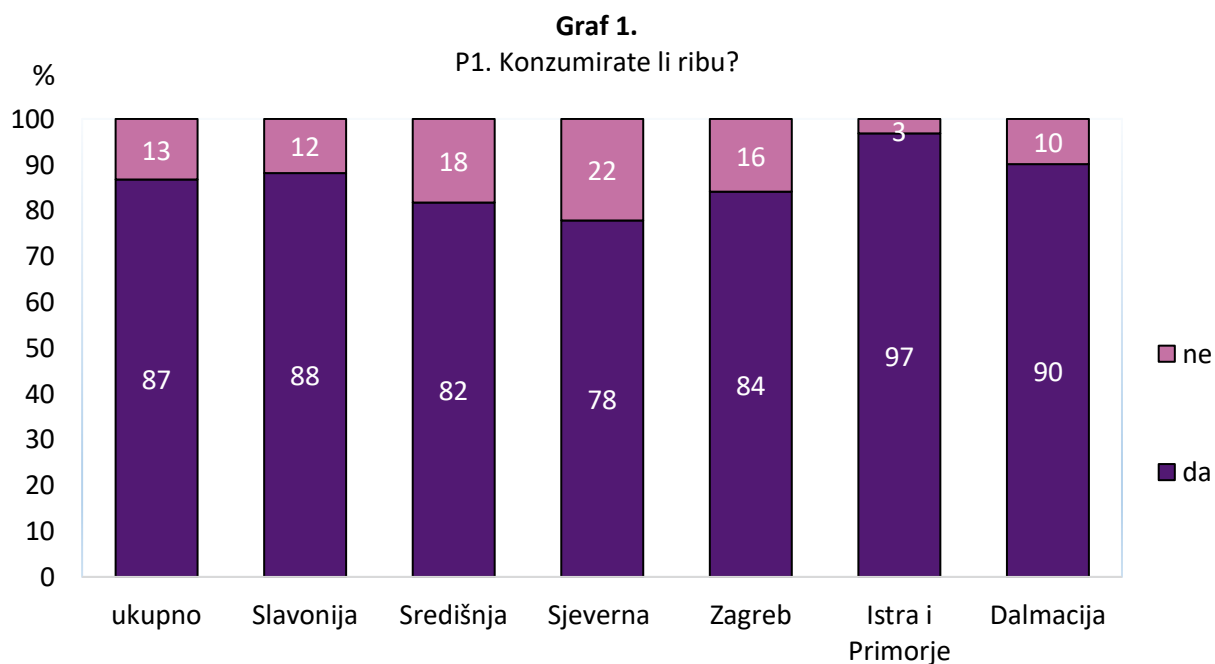
Istraživanjem je utvrđeno da je veliki grad najučestalije mjesto stanovanja za većinu ispitanika (33 %), nakon čega slijedi selo s 30 % zabilježenih odgovora. Odgovori u kategoriji „broj stanovnika u mjestu življenja“ odgovaraju prikazanim podacima u kategoriji „mjesto stanovanja“, te sukladno tome najveći broj ispitanika živi u mjestima s manje od 999 stanovnika (29 %) ili u mjestu s 100.000 i više stanovnika (23 %).

Tablica 5. Sociodemografske karakteristike ispitanika (b)

		Regija						
		Ukupno	Slavonija	Središnja Hrvatska	Sjeverna Hrvatska	Zagreb	Istra i Primorje	Dalmacija
		%	%	%	%	%	%	%
Mjesto stanovanja	veliki grad	33	21	13	9	67	32	31
	predgrađe	14	12	17	12	14	13	18
	manji grad	22	25	30	25	9	30	23
	selo	30	41	38	54	10	25	27
	farma ili kuća izvan naselja	0	0	2	0	0	0	1
Broj stanovnika u mjestu življenja	< 999 stanovnika	29	28	45	53	16	30	24
	1.000 do 4.999 stanovnika	21	27	15	28	11	23	24
	5.000 do 24.999 stanovnika	14	21	14	12	6	13	17
	25.000 do 99.999 stanovnika	13	14	26	7	8	10	15
	100.000 do 1.000.000 stanovnika	23	10	0	0	59	24	20

4.2. Konzumacija ribe u Republici Hrvatskoj

Ispitanici su anketirani je li konzumiraju ribu, odnosno proizvode ribarstva i akvakulture – što pored morske / slatkovodne ribe uključuje školjke, rakove i glavonošce. Od ukupno 1 001 ispitanika, njih 868 se izjasnilo pozitivno, dok je 133 odgovorilo negativno (graf 1). Na nivou regija, najveći broj ispitanika konzumira ribu u Istri i Primorju (97 %), Dalmaciji (90 %) i Slavoniji (88 %). Središnja Hrvatska se nalazi na začelju kada govorimo o konzumaciji ribe, s obzirom da 78 % ispitanika konzumira ribu, što je niže od svih ostalih istraživanih hrvatskih regija.



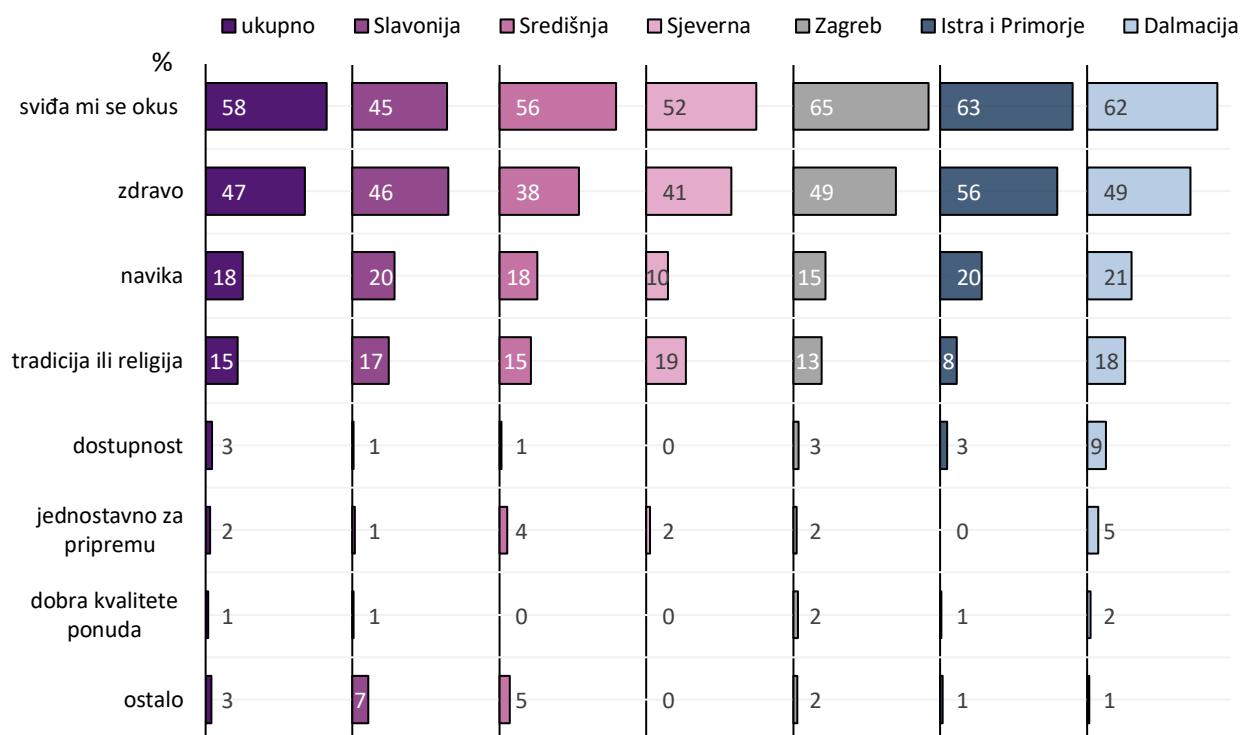
- ☑ 87 % svih ispitanika konzumira ribu
- ☑ 97 % stanovnika Istre i Primorja konzumira ribu
- ☑ Središnja (82 %) i Sjeverna Hrvatska (78 %) pokazuju najniže trendove u konzumaciji ribi

4.3. Navike potrošača u konzumaciji ribe

4.3.1. Razlozi za konzumiranje ribe

Graf 2. pokazuje da hrvatski potrošači najčešće konzumiraju ribu zbog dobrog okusa (58 %) ili jer smatraju da je zdrava (47 %). Razlozi za konzumaciju su slični u svim istraženim regijama. Istra i Primorje imaju najmanju zastupljenost potrošača koji kao glavni razlog za konzumaciju smatraju tradiciju ili religiju (8 %). Zanimljivost je da u Središnjoj Hrvatskoj, Dalmaciji i Istri i Primorju oko petina potrošača konzumira ribu iz navike, dok najveći broj (više od 56 %) to prakticira zbog dobrog okusa. Zagreb (49 %), zajedno s Istrom i Primorjem (56 %) prednjači s brojem potrošača koji kao glavni razlog vide zdravstvene dobrobiti ribe kao namirnice.

Graf 2.
P2. Zašto konzumirate ribu?



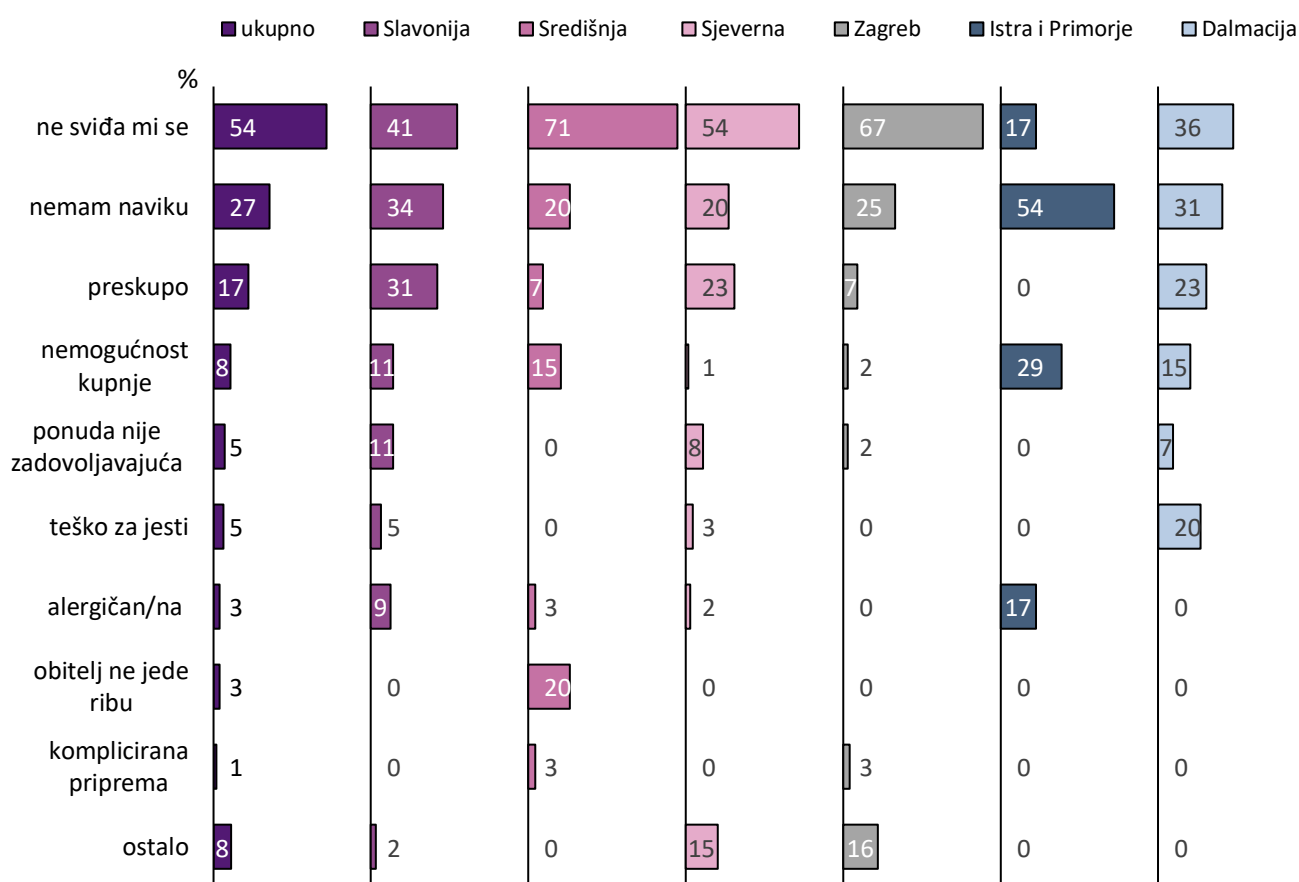
- Potrošači konzumiraju ribu prvenstveno zbog dobrog okusa (58 %)
- Dobri okus je glavni razlog za konzumaciju ribe u Zagrebu (66 %), Istri i Primorju (63 %) i Dalmaciji (62 %)
- Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %

4.3.2. Razlozi za ne konzumiranje ribe

Od ukupnog broja ispitanika (N=1 001), njih 133 se izjasnilo da ne konzumira ribu iz niza različitih razloga (graf 3). Kao glavni razlog takvoj odluci, najčešće se navodi odgovor „ne sviđa mi se“ (53 %) ili „nemam naviku“ (27 %). Valja istaknuti da nema niti jednog ispitanika u Istri i Primorju koji smatra da je cijena razlog za ne konzumaciju ribe, što nije slučaj u Slavoniji, gdje čak 31 % ispitanika smatra cijenu kao ključnim razlogom. Petina Dalmatinaca drži da je ribu teško jesti, stoga je ne konzumiraju, dok Zagreb nema istomišljenike po tom pitanju.

Graf 3.

P3. Zašto ne konzumirate proizvode ribarstva?



Neprijatan okus i miris su glavni razlozi zbog kojih hrvatski potrošači ne konzumiraju ribu (54 %)

Navika (27 %) i cijena su također važni faktori (17 %)

Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga, suma % može biti > 100 %

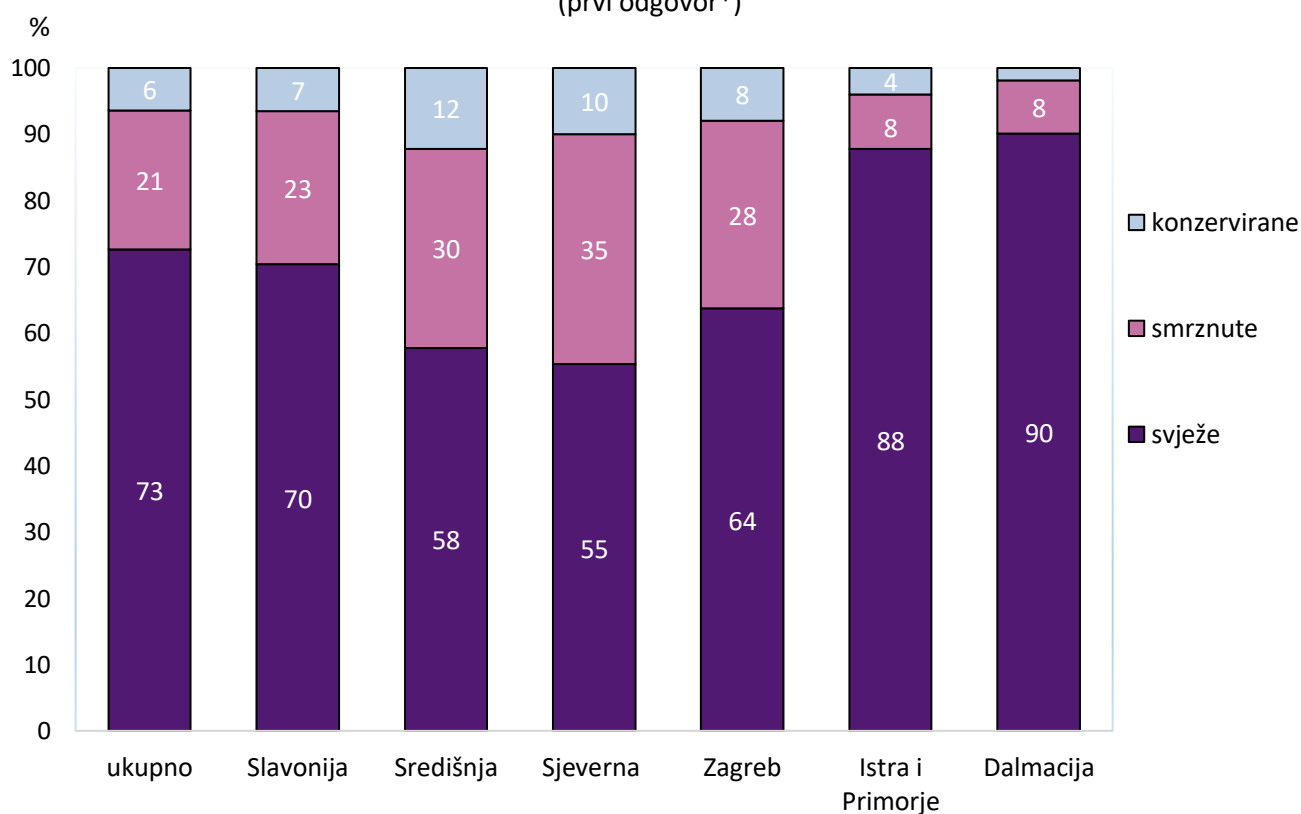
4.3.3. Konzumacija ribe prema vrsti proizvoda

Graf 4. pokazuje da potrošači najviše konzumiraju proizvode u svježem stanju, odnosno svježu ribu (73 %). Jedna petina preferira smrznute proizvode, dok manji dio radije konzumira konzervirane proizvode (6 %).

U regionalnom kontekstu, potrošači Dalmacije (88 %) i Istre i Primorja (90 %) pokazuju veći interes za svježim proizvodima u odnosu na smrznute i konzervirane. Najveći postotak potrošača koji favorizira smrznute proizvode ima Središnja (30 %) i Sjeverna Hrvatska (35 %).

Graf 4.

P4. (a) Koje vrste proizvoda ribarstva najčešće konzumirate?
(prvi odgovor*)



*Prvi odgovor – izraz se koristi u prikazu grafova gdje je zabilježen isključivo prvi odgovor ispitanika

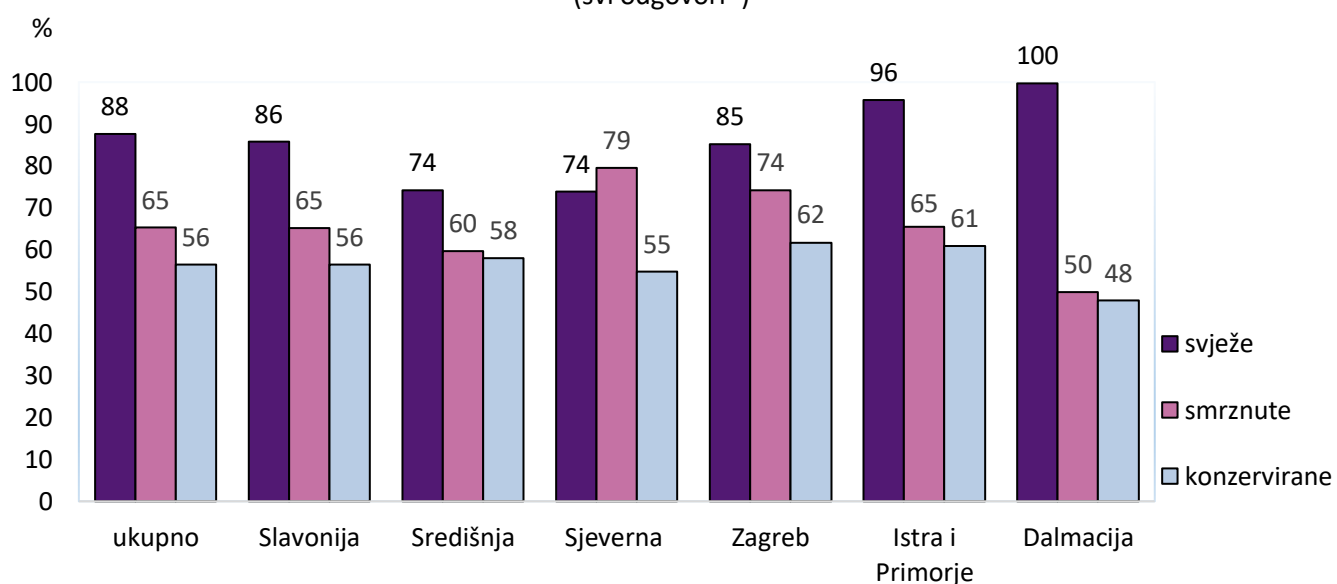
Iako samo manji dio potrošača najčešće bira konzervirane i smrznute proizvode, dvije trećine bira smrznute, a više od polovice (56 %) povremeno konzumira konzervirane proizvode (graf 5).

Očekivano, svježa riba je učestalije na jelovniku u odnosu na druge skupine proizvoda, i to s posebnim izražajem u jadranskim regijama; Istri i Primorju (96 %) i Dalmaciji (100 %). U Sjevernoj Hrvatskoj potrošači se radije odlučuju za smrznute proizvode (79 %) naspram svježih (74 %).

Kada uspoređujemo odnos konzumacije konzerviranih proizvoda u svim promatranim regijama možemo zaključiti da je potrošnja svugdje ujednačena uz simbolične varijacije.

Graf 5.

P4.(b) Koje vrste proizvoda ribarstva najčešće konzumirate?
(svi odgovori*)



- Svi anketirani stanovnici Dalmacije preferiraju svježiju ribu
- Najmanje konzerviranih proizvoda se konzumira u Sjevernoj Hrvatskoj (55 %) i Dalmaciji (50 %), dok se najviše smrznutih proizvoda konzumira u Sjevernoj Hrvatskoj (79 %) i Zagrebu (74 %)

- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %

4.3.4. Konzumacija prema vrsti ribe

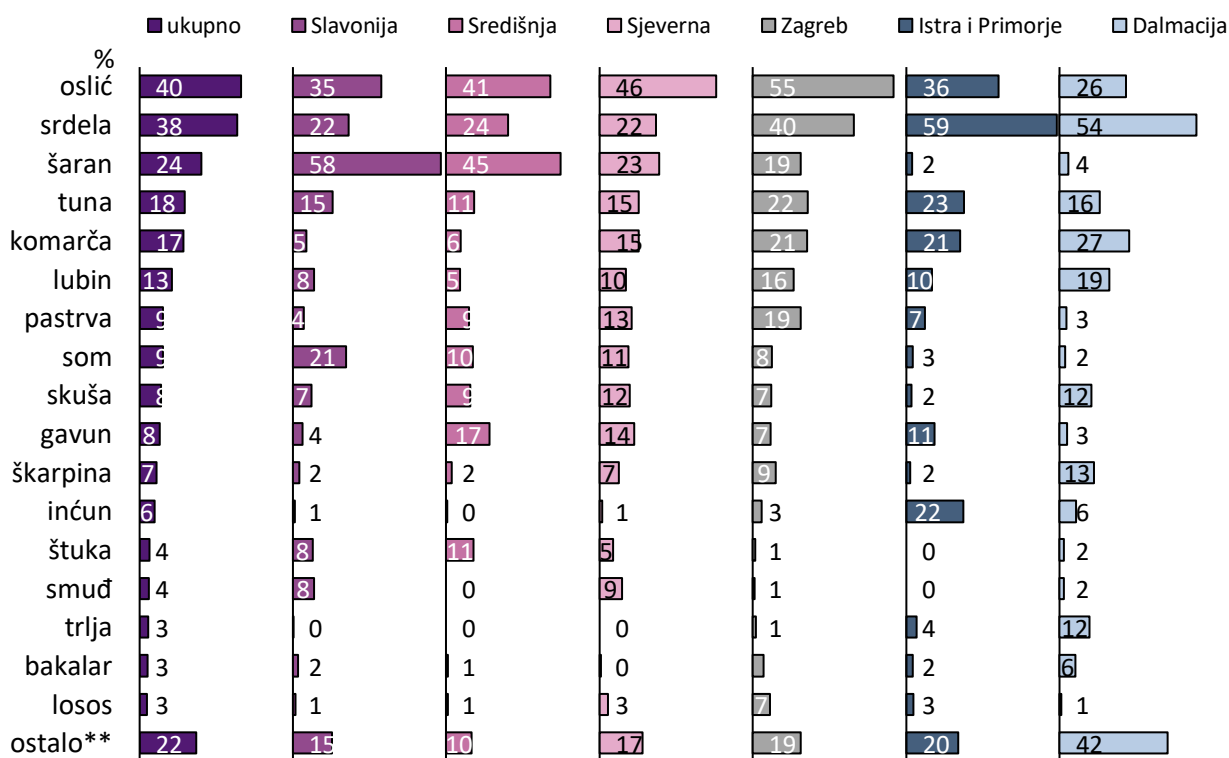
Oslić (*Merluccius merluccius*) (40 %), srdela (*Sardina pilchardus*) (38 %) i šaran (*Cyprinus carpio*) (24 %) su najomiljenije riblje vrste kod hrvatskih potrošača.

Kada analiziramo preferencije na razini regija (grad 6.), rezultati govore da u Dalmaciji (54 %) i Istri i Primorju (59 %) uvjerljivo prvo mjesto drži srdela, dok je to šaran u kontinentalnom djelu (Slavonija i Središnja Hrvatska). Nešto više od polovice potrošača iz Zagreba se odlučuje za oslića (55 %), što je najveći postotak u odnosu na druge regije. Od ostalih značajnih vrsta spomenimo komarču (*Sparus aurata*) koju favoriziraju stanovnici Dalmacije (27 %), inćuna (*Engraulis encrasicolus*) u Istri i Primorju (22 %), te soma (*Silurus glanis*) u Slavoniji (21 %).

S obzirom na mnogovrsno ribarstvo na hrvatskoj strani Jadrana, na tržištu je prisutan veliki broj ribljih vrsta, što se može zaključiti iz odgovora „ostalo“, čime su potrošači svih regija, a najviše u Dalmaciji (42 %), istaknuli preferencije prema ostalim ribljim vrstama.

Graf 6.

P5. Koju vrstu ribe najčešće konzumirate?
(svi odgovori*)



Odgovor „ne znam“ je isključen

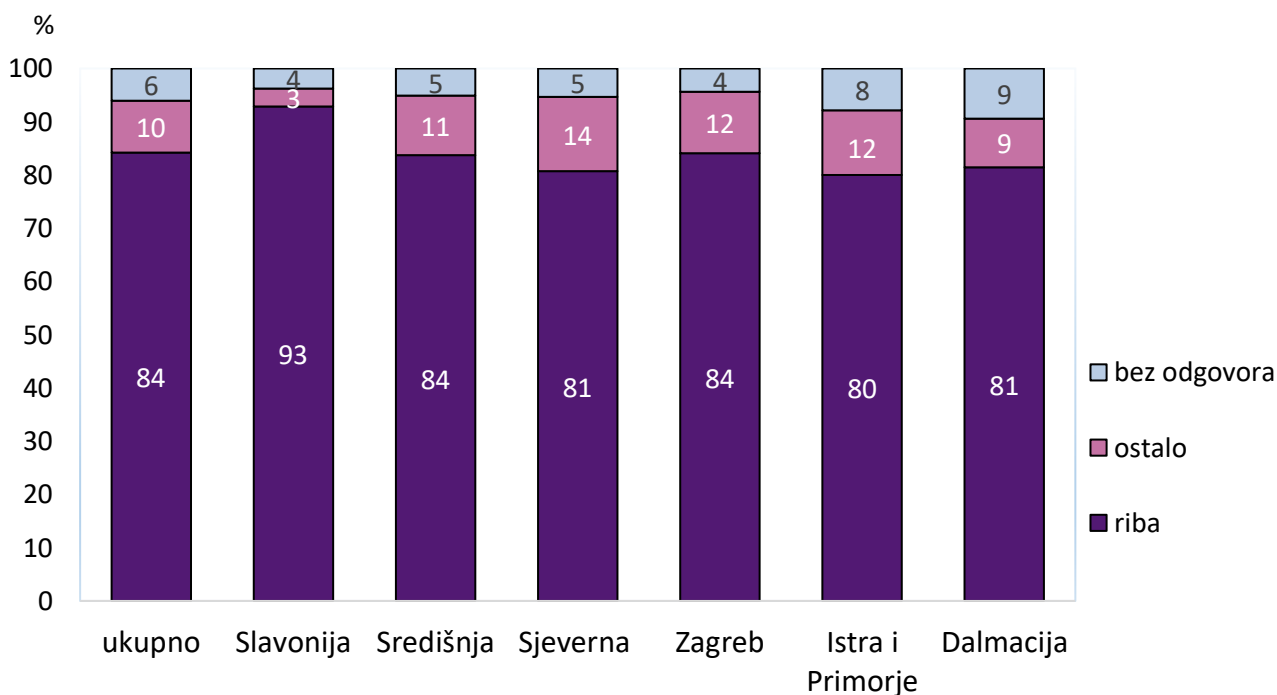
- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga, suma % može biti > 100 %
- **Odgovor „ostalo“ uključuje vrste kao što su zubatac, palamida, gira, kovač, grdobina, salpa, raže, itd.

4.3.5. Preferencije prema ribi ili ostalim skupinama proizvoda ribarstva

Rezultati postavljenog pitanja o preferencijama prema ribi ili ostalim skupina proizvoda ribarstva (graf 7.) pokazuju da se većina potrošača (84 %) odlučuje na ribu. Ostale skupine proizvoda ribarstva uključuju rakove, školjke i glavonošce.

Graf 7.

P6. Konzumirate li radije ribu ili ostale skupine proizvode ribarstva?

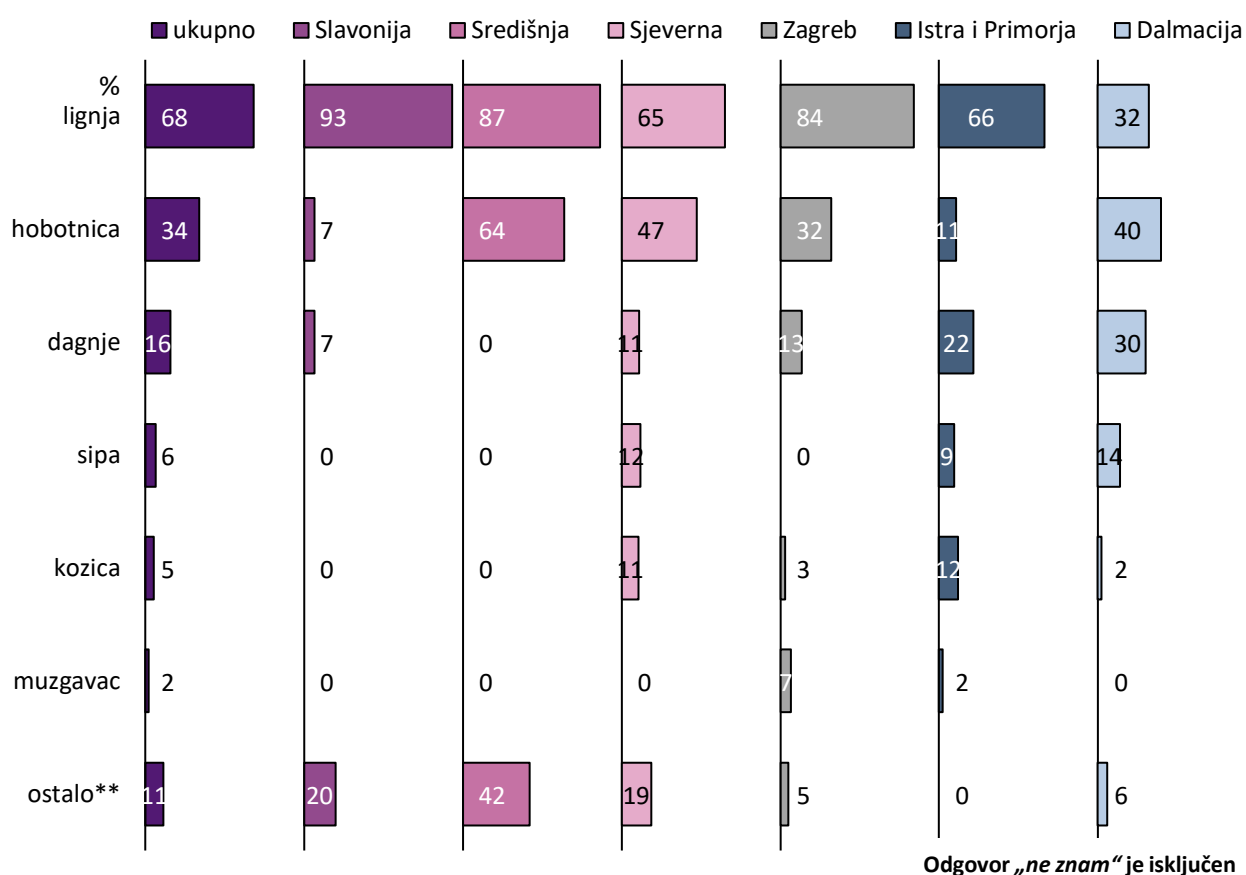


- ☑ Stanovnici Slavonije (93 %) najradije konzumiraju ribu naspram ostalih proizvoda ribarstva u odnosu na stanovnike ostalih regija
- ☑ Sjeverna Hrvatska se ističe s najvećim postotkom potrošača koji biraju rakove, školjke ili glavonošce (14 %)

4.3.6. Preferencije prema vrstama iz ostalih skupina proizvoda ribarstva

Na temelju prikaza rezultata u grafu 8., možemo zaključiti da se potrošači, koji radije konzumiraju ostale skupine proizvoda ribarstva nego ribu, najviše odlučuju za vrste iz skupine glavonožaca; lignju (*Loligo vulgaris*) (68 %) i hobotnicu (*Octopus vulgaris*) (34 %). Školjkaši su na trećem mjestu, među kojima je najzastupljenija dagnja (*Mytilus galloprovincialis*) sa 16 %.

Graf 8.
P7. Koje vrste ostalih proizvoda ribarstva konzumirate radije od ribe?
(svi odgovori*)



Od ostalih skupina proizvoda ribarstva, potrošači Dalmacije najviše biraju hobotnicu (40 %), dok slavonski potrošači biraju lignju (93 %)

*Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %

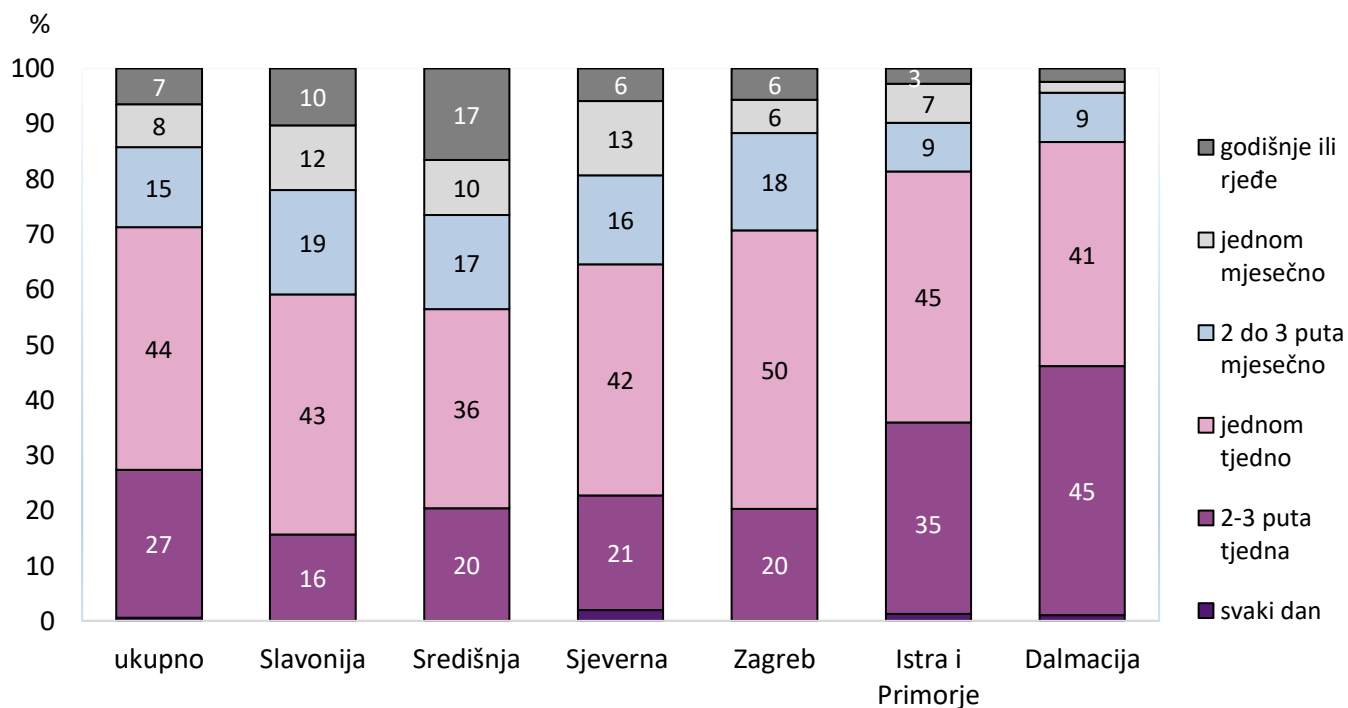
**Odgovor „ostalo“ uključuje druge, manje zastupljene vrste kao što su brbavica, jastog, rakovica, kamenica, itd.

4.3.7. Učestalost konzumacije ribe kod kuće

Tri četvrtine Hrvata konzumira ribu kod kuće jednom tjedno ili nekoliko puta tjedno (graf 9). U prosjeku riba se konzumira jednom tjedno. Manji broj (7 %) konzumira ribu godišnje ili rjeđe.

Graf 9.

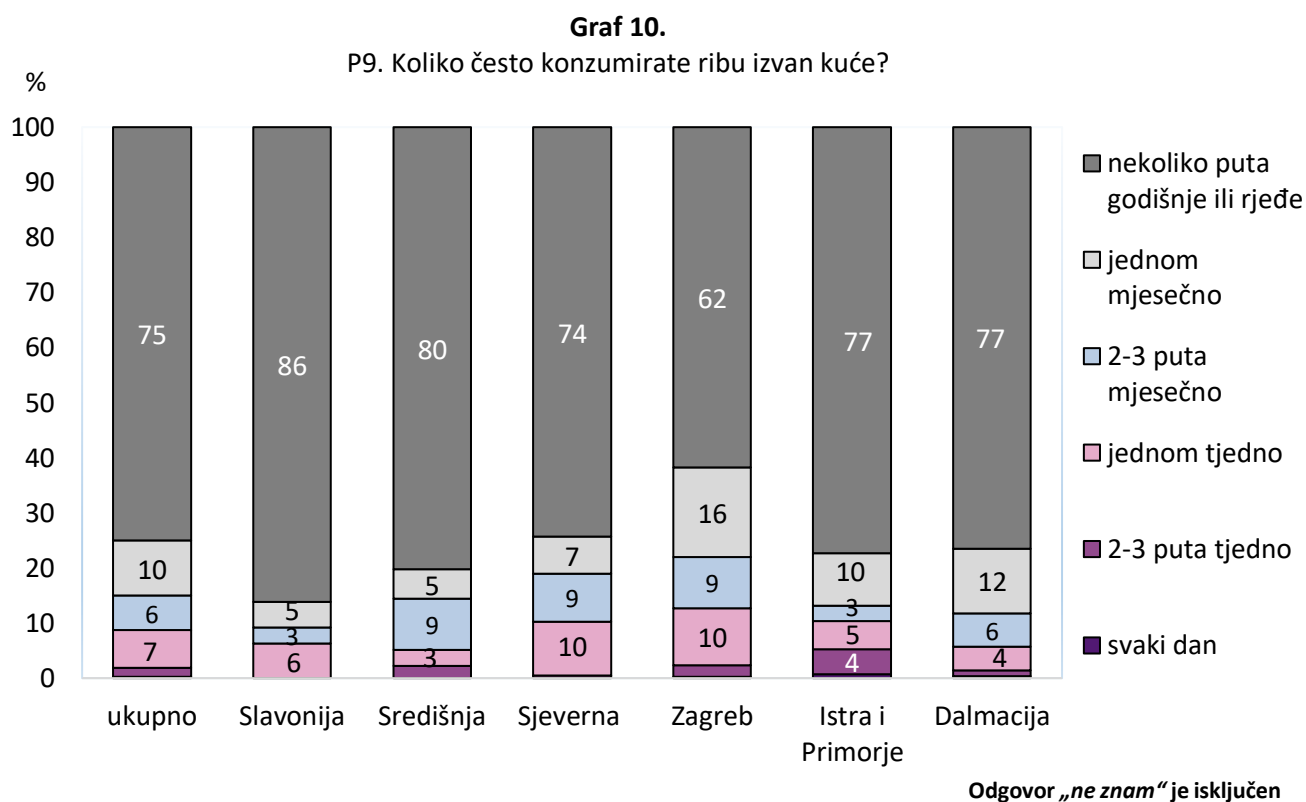
P8. Koliko često Vi konzumirate ribu kod kuće?



- Stanovnici jadranskih regija najčešće konzumiraju ribu kod kuće. Više od 80 % ispitanika se izjasnilo da konzumira ribu minimalno jednom tjedno ili od 2 do 3 puta tjedno
- Središnja Hrvatska ima najmanju potrošnju ribe kod kuće – 17 % ispitanika konzumira ribu nekoliko puta godišnji ili rjeđe
- 50 % stanovnika regije Zagreb konzumira ribu jednom tjedno

4.3.8. Učestalost konzumacije ribe izvan kuće

Stanovnici Hrvatske ne prakticiraju jesti ribu izvan kuće. Naime, tri četvrtine ispitanika navodi kako konzumira ribu izvan kuće tek nekoliko puta godišnje ili rjeđe (graf 10). Tek 10 % potrošača prakticira konzumirati ribu jednom mjesečno izvan kuće.



- Stanovnici Slavonije konzumiraju ribu izvan kuće rijetko ili nikad (86 %)
- Potrošači u Zagrebu jedu ribu izvan kuće minimalno jednom mjesečno (38 %) čime prednjače u odnosu na potrošače drugih hrvatskih regija

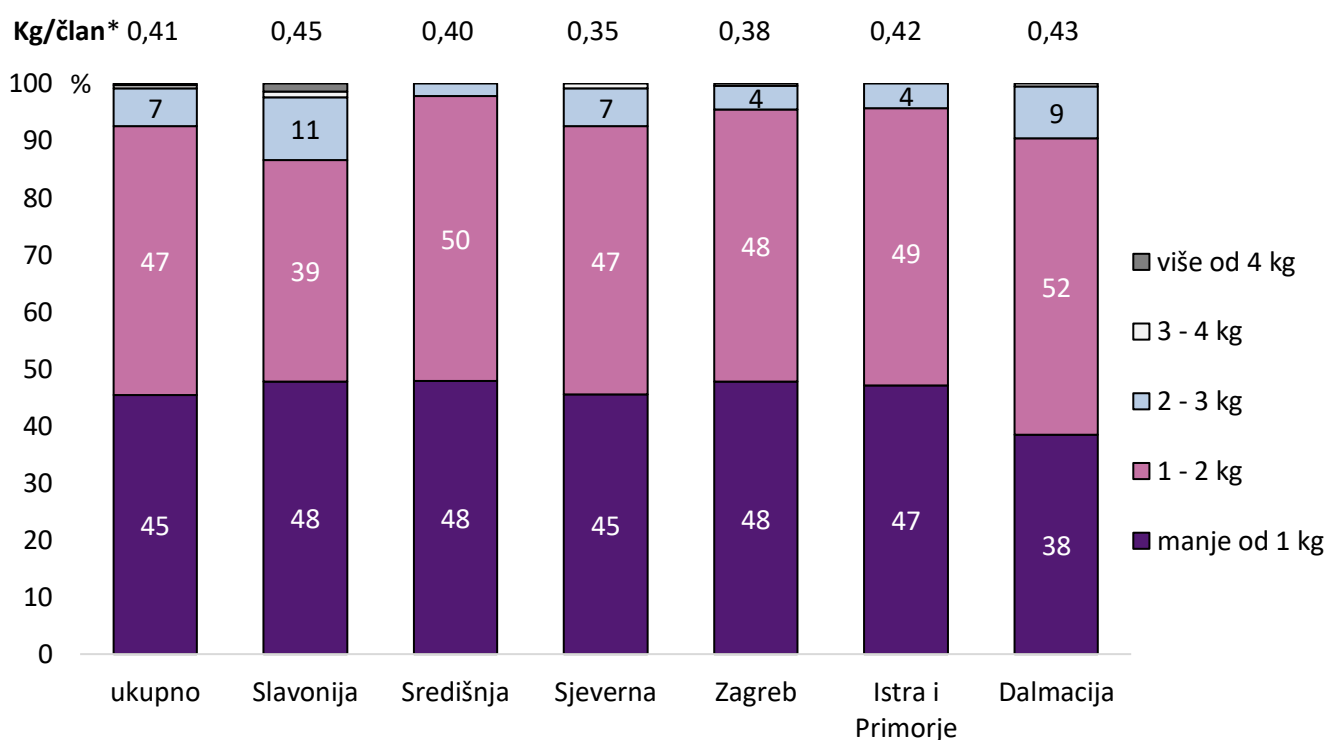
4.3.9. Količina konzumacije ribe (kg) po obroku

Hrvatski potrošači u pravilu konzumiraju od 1 do 2 kg (47 %) ili manje od 1 kg (45 %) ribe po obroku (graf 11). Na temelju broja članova kućanstva, te srednje vrijednosti količine i konzumacije ribe po obroku, hrvatski potrošač konzumira u prosjeku 0,41 kg ribe po obroku.

U regionalnom kontekstu, potrošači Slavonije (0,45 kg) i Dalmacije (0,43 kg) konzumiraju najviše ribe po obroku, dok je Sjeverna Hrvatska na začelju, gdje potrošači konzumiraju 0,35 kg po obroku.

Graf 11.

P10. Koju količinu ribe Vaše kućanstvo konzumira po obroku?



- ☑ 52 % stanovnika Dalmacije konzumira 1–2 kg ribe po obroku
- ☑ Skoro polovica (48 %) stanovnika Slavonije konzumira manje od 1 kg ribe po obroku, no prosječna konzumacija je najveća u odnosu na druge regije zbog najvećeg postotka potrošača koji običavaju jesti od 3 do 4 kg ribe po obroku (11 %)

- ☑ *Kg/član – označava konzumaciju ribe u kilogramima po članu kućanstva (procjena bazirana na srednjoj vrijednosti količine konzumacije i broja članova kućanstva)

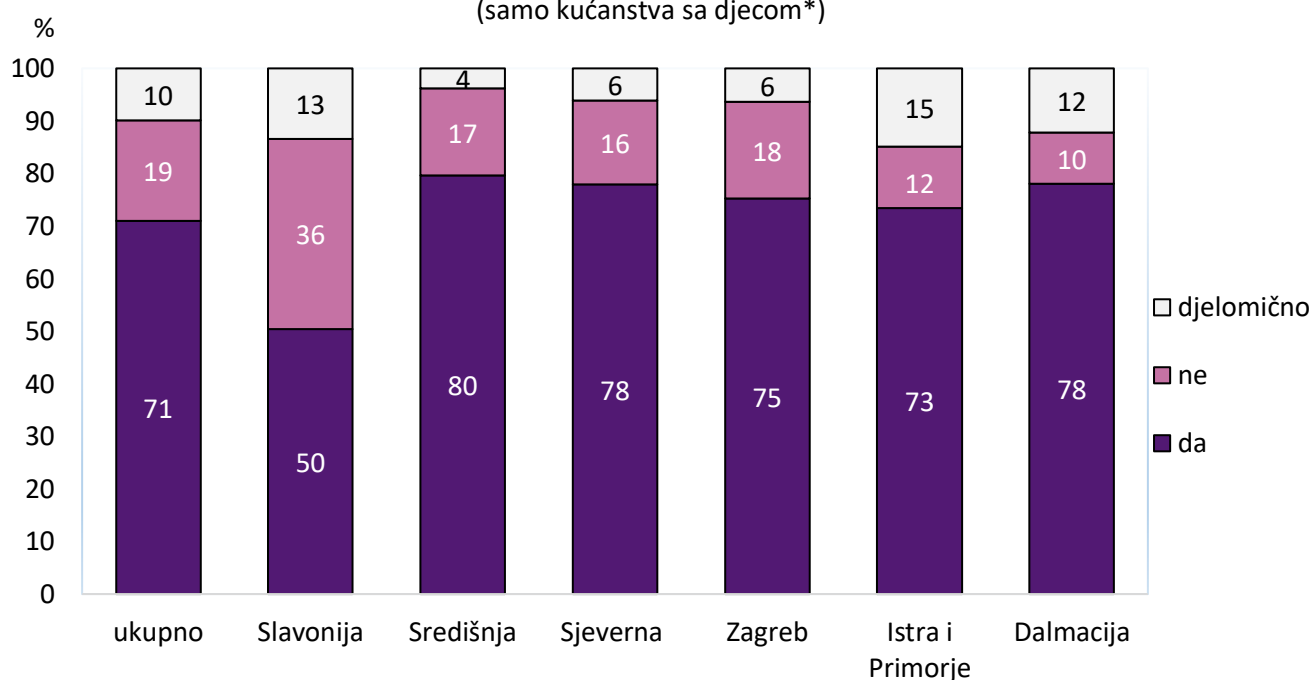
4.3.10. Konzumacija ribe kod djece

U rezultate anketnog pitanja o konzumaciji ribe kod djece uvršteni su samo odgovori onih kućanstava koja imaju djecu.

Rezultati su optimistični, s obzirom da u 71 % kućanstva s djecom svi konzumiraju ribu, dok u 19 % slučajeva to prakticiraju samo neka od djece (graf 12).

Graf 12.

P11. Konzumiraju li djeca ribu u Vašem kućanstvu?
(samo kućanstva sa djecom*)



- Čak u 90 % kućanstva u Dalmaciji djeca konzumiraju ribu; sva djeca (78 %) ili neka od njih konzumira, a neka ne (12 %)
- Slavonija drži vrh po broju kućanstava čija djeca ne konzumiraju ribu uopće (36 %)

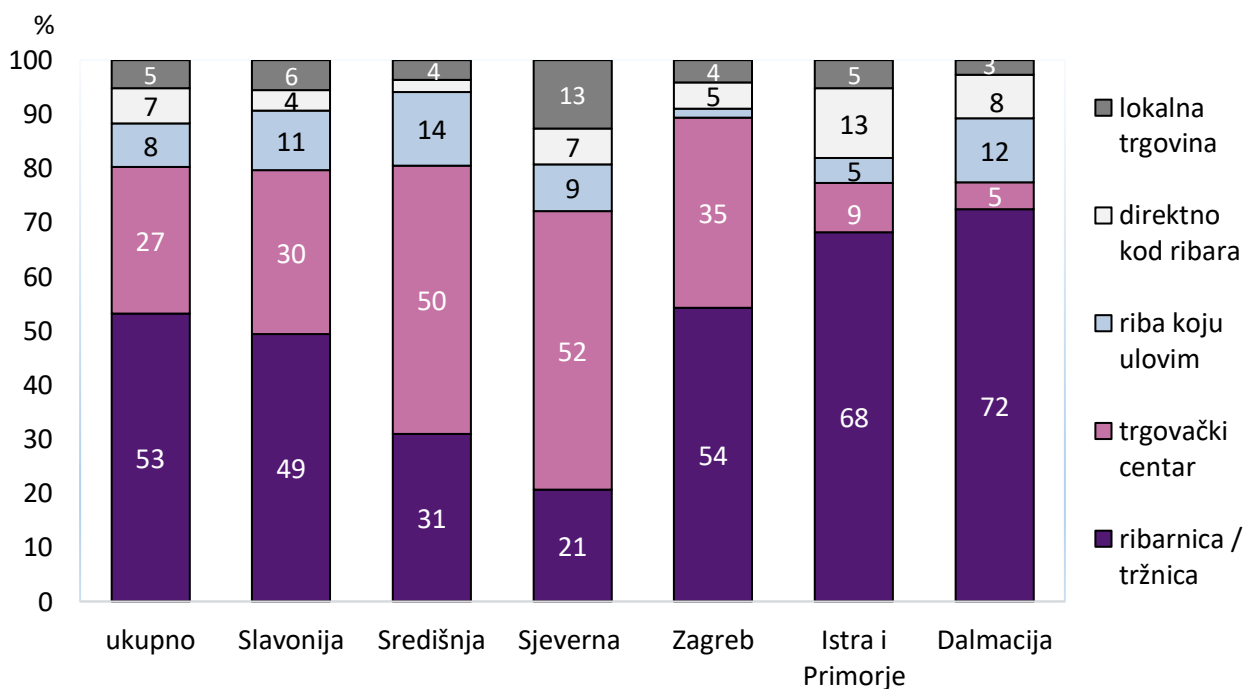
- *Dob djece nije uzimana u obzir

4.3.11. Mjesto nabave ribe

U grafu 13. su prikazani rezultati prvog odgovora potrošača na pitanje o preferencijama prema mjestu nabave ribe. Prvi odgovor više od polovice potrošača glasilo je da najradije nabavljaju ribu na ribarnicama (53 %) ili u trgovačkim centrima (27 %). Manji dio sam lovi ribu (8 %) ili ide u nabavu direktno kod ribara (7 %). Lokalne trgovine su najmanje popularne, uzevši u obzir mali postotak potrošača (5 %) koji preferiraju takva mjesta za nabavu ribe.

Ribarnice su najpopularnije u jadranskim regijama, dok su trgovački centri glavno odredište za nabavu ribe u kontinentalnim regijama.

Graf 13.
P12.(a) Na kojim mjestima najradije nabavljate ribu?
(prvi odgovor*)



Odgovor „ne znam“ je isključen

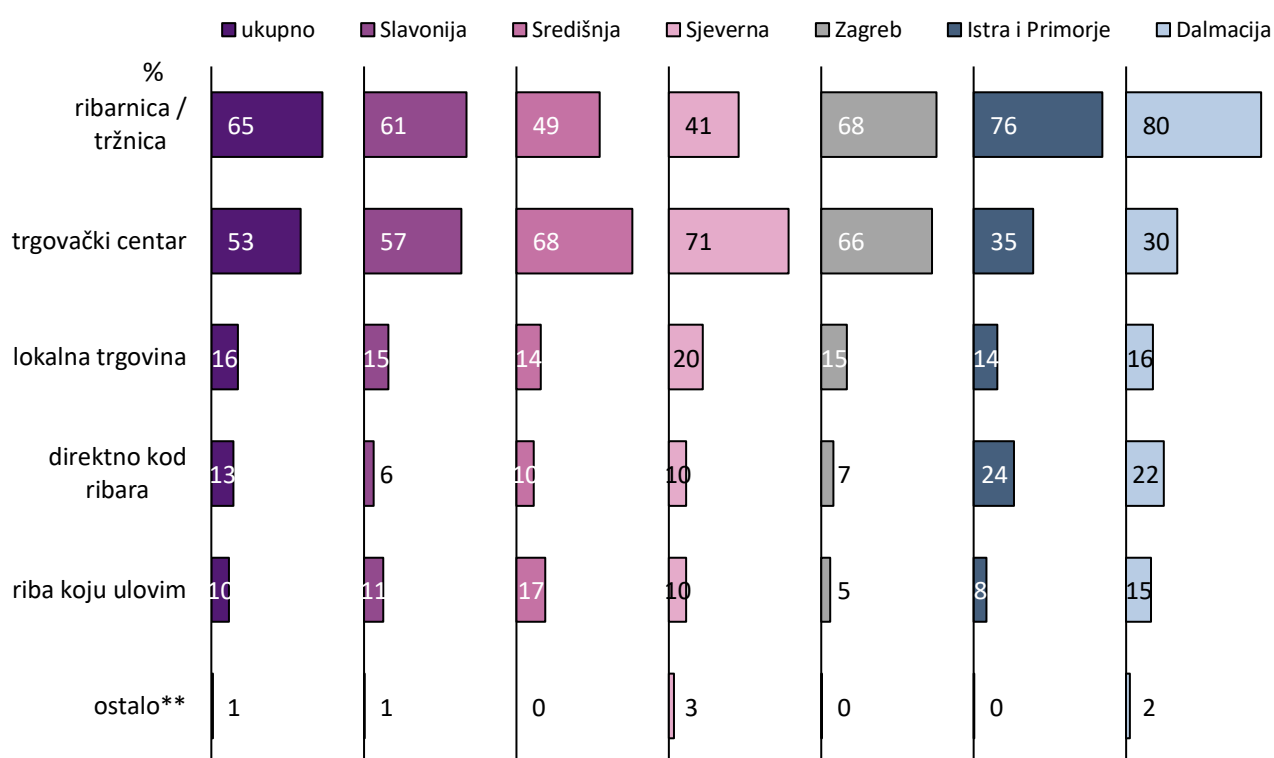
- U Dalmaciji (72 %) i Istri i Primorju (68 %) ribarnice predstavljaju omiljeno mjesto za nabavu ribe
- Trgovački centri su najčešća odredišta za nabavu ribe u Središnjoj (50 %) i Sjevernoj Hrvatskoj (52 %)

U grafu 14. su prikazani svi zabilježeni odgovori ispitanika na pitanje o preferencijama mjesta nabave ribe. U analizi svih odgovora o preferencijama mjesta nabave dolazimo do saznanja gdje ispitanici kupuju ribu, a gdje ne. Više od polovice ispitanih potrošača (65 %) redovito posjećuje ribarnice ili tržnice, dok 53 % to radi u trgovačkim centrima. Svaki deseti potrošač preferira nabaviti ribu kod ribara ili je sam lovi.

Stanovnici Istre i Primorja podjednako kupuju na ribarnicama (68 %) i trgovačkim centrima (66 %). Stanovništvo Središnje Hrvatske (17 %) i Dalmacije (15 %) najviše ribari za svoje potrebe.

Graf 14.

P12.(b) Na kojim mjestima najradije nabavljate ribu?
(svi odgovori*)



Odgovor „ne znam“ je isključen

- Stanovnici Istre i Primorja nabavljaju ribu direktno od ribara (24 %) više nego što to prakticiraju stanovnici ostalih regija
- Samo trećina potrošača Dalmacije, Istre i Primorja kupuju ribu u trgovačkim centrima

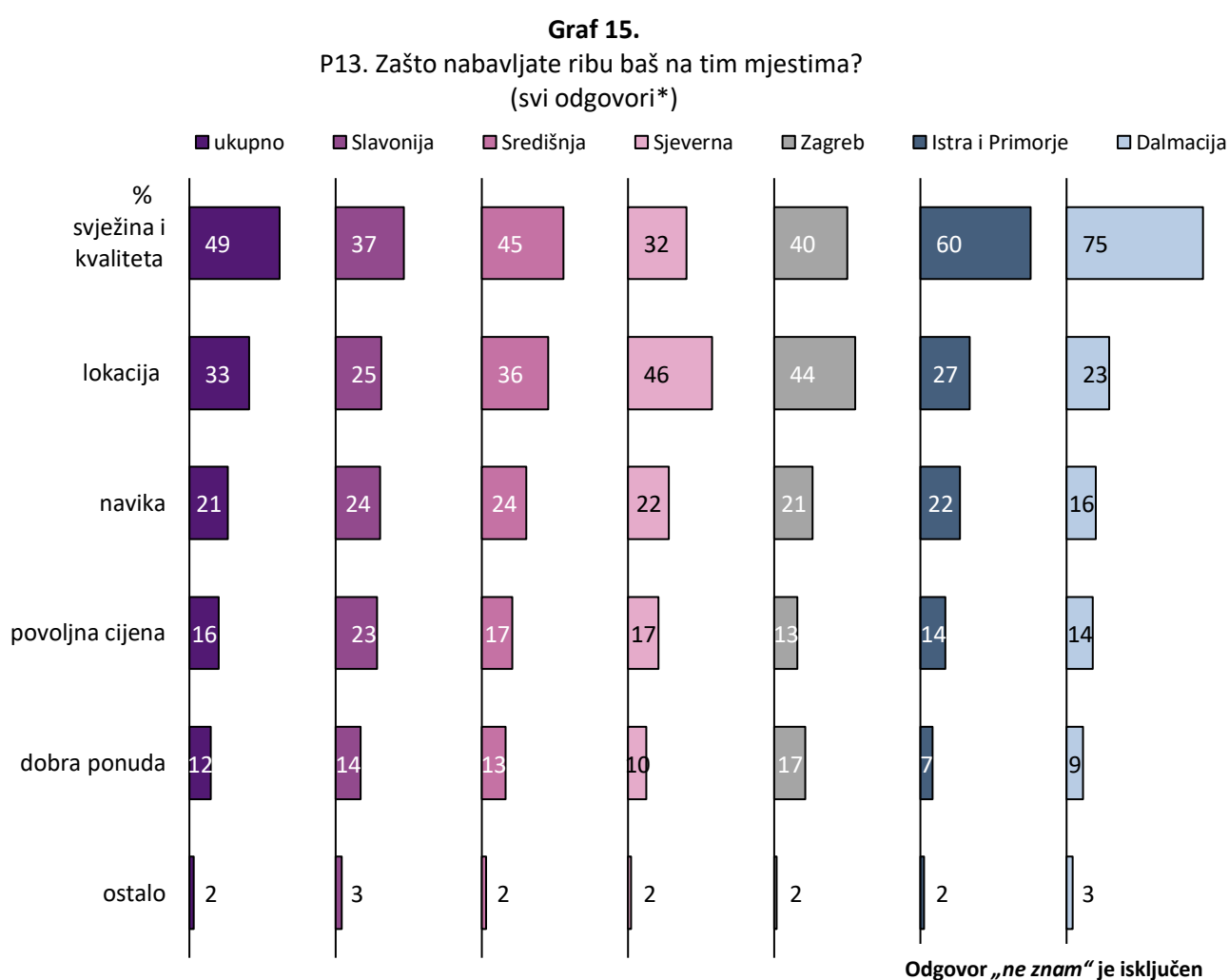
- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %
- **Odgovor „ostalo“ podrazumijeva obitelj i prijatelje

4.3.12. Razlozi nabave ribe na preferiranim mjestima

Graf 15. prikazuje razloge nabave ribe na preferiranim mjestima. Razlozi nabave na takvim mjestima ovise o zemljopisnoj pripadnosti ispitanika. Na temelju rezultata ukupnog uzorka kao najčešći razlog se navodi svježina i kvaliteta ribe (49 %), te lokacija preferiranog mjesta (33 %).

Na temelju rezultata uzoraka na razini regija može se zaključiti da se razlozi nabave ribe na preferiranim mjestima znatno razlikuju.

Dok su svježina i kvaliteta ključni razlozi za odlazak na ribarnicu u Dalmaciji (75 %), u Sjevernoj Hrvatskoj je najbitniji preduvjet dobra lokacija trgovačkog centra (46 %). Stanovnici Slavonije obraćaju najviše pozornosti na cijenu u odnosu na stanovnike ostalih regija.



- U jadranskim regijama su svježina i kvaliteta najvažniji razlozi nabave ribe na ribarnicama
- Povoljna cijena je, u odnosu na ostale regije, najbitniji faktor kod stanovnika Slavonije

- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %

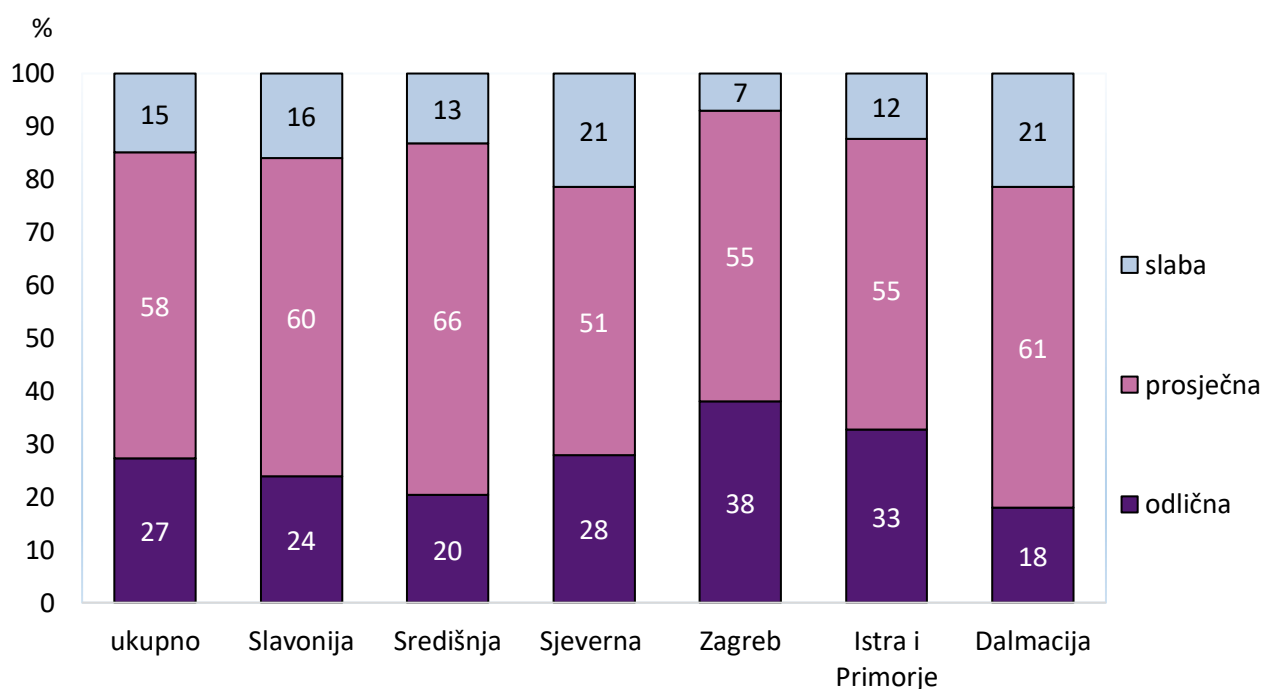
4.3.13. Kvaliteta ponude ribe

Kvaliteta ponude ribe je važna za potrošače, s obzirom da o njoj nerijetko ovisi i količina koju će potrošač kupiti.

Više od polovice (58 %) hrvatskih potrošača ocijenjuje ponudu ribe kao prosječnu, dok nešto više od četvrtine (27 %) drži ponudu odličnom (graf 16).

Graf 16.

P14. Kako općenito ocijenjujete ponudu ribe?



Odgovor „ne znam“ je isključen

- Najzadovoljniji potrošači dolaze iz regije Zagreb, gdje njih 38 % ocijenjuje ponudu ribe s odličnim
- Dalmacija (21 %) i Sjeverna Hrvatska (21 %) imaju najveći postotak potrošača koji ponudu ribe ocijenjuju slabom

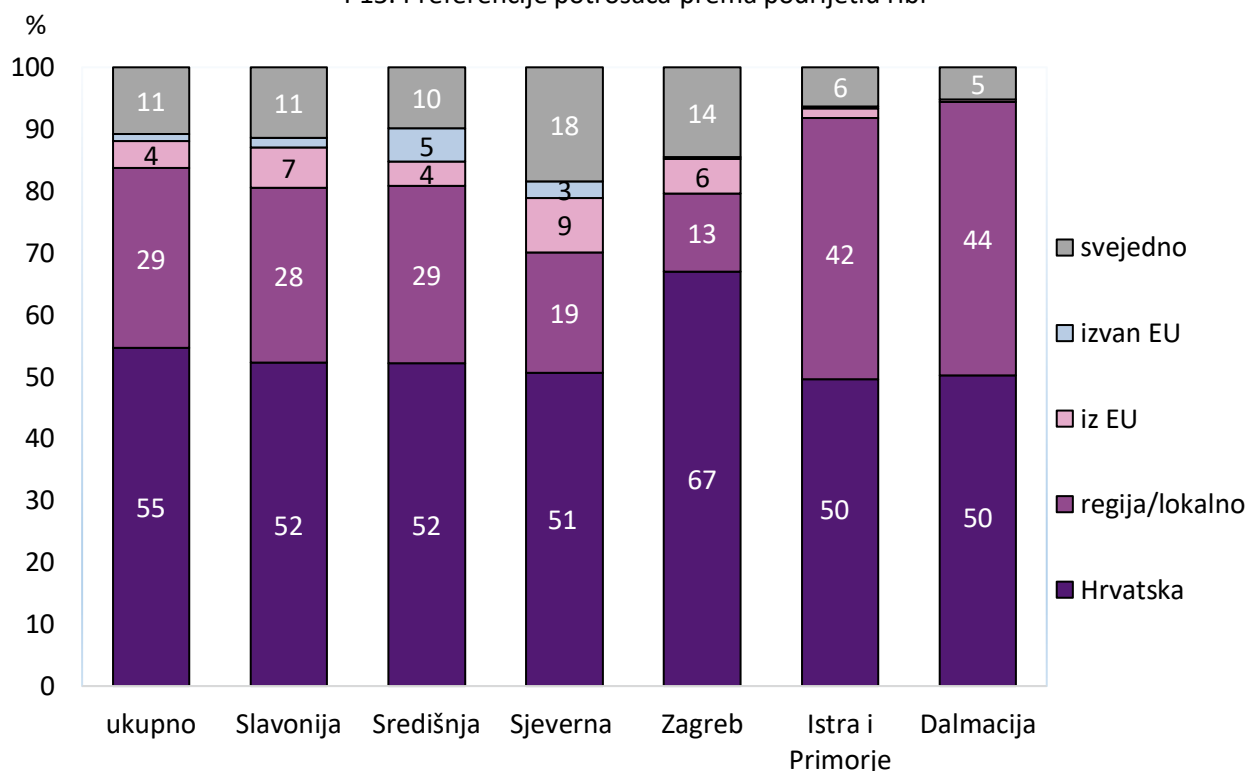
4.3.14. Preferencije prema podrijetlu ribe

Graf 17. pokazuje da najveći broj hrvatskih potrošača radije bira ribu podrijetlom iz regije/lokalno (29 %) ili iz Hrvatske (55 %), nego iz / izvan Europske Unije (4 %). Tek svaki deseti potrošač ne obraća pažnju na podrijetlo ribe, te mu je svejedno odakle riba dolazi.

Stanovnici jadranskih regija pokazuju veće preferencije prema ribi iz vlastitih regija.

Graf 17.

P15. Preferencije potrošača prema podrijetlu ribi



- Potrošači Dalmacije preferiraju isključivo ribu iz regije ili Hrvatske (94 %)
- Sjeverna Hrvatska ima najviše potrošača koji su se izjasnili da preferiraju ribu izvan Hrvatske (12 %) ili im je svejedno (18 %)
- Najviše potrošača koji preferiraju ribu iz Hrvatske stanuje u regiji Zagreb (67 %)

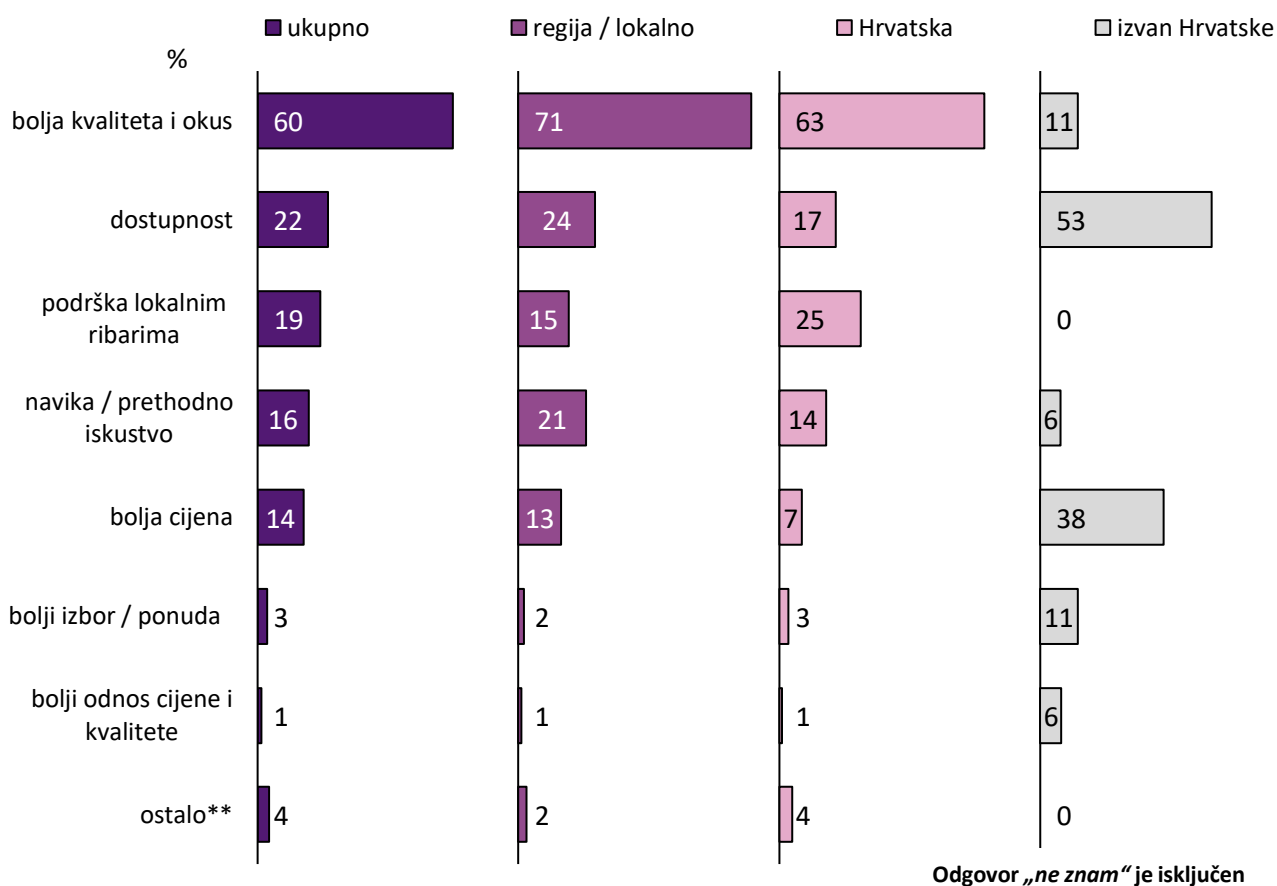
4.3.15. Razlozi preferencije potrošača prema odabranom podrijetlu ribe

Na temelju prikazanih statističkih rezultata svih odgovora ukupnog uzorka u grafu 18., možemo zaključiti da su bolja kvaliteta i okus (60 %) glavni razlozi preferencije ribe prema odabranom podrijetlu. Dostupnost je na drugom mjestu s 22 %.

Zanimljivo je da četvrtina potrošača bira ribu iz Hrvatske isključivo kako bi pružili potporu lokalnim ribarima, dok s druge strane takvog odgovora nema u slučaju kupnje ribe koja je podrijetlom izvan Hrvatske.

Graf 18.

P16. (a) Koji su razlozi Vašeg preferiranja ribe prema odabranom podrijetlu?
(svi odgovori*)



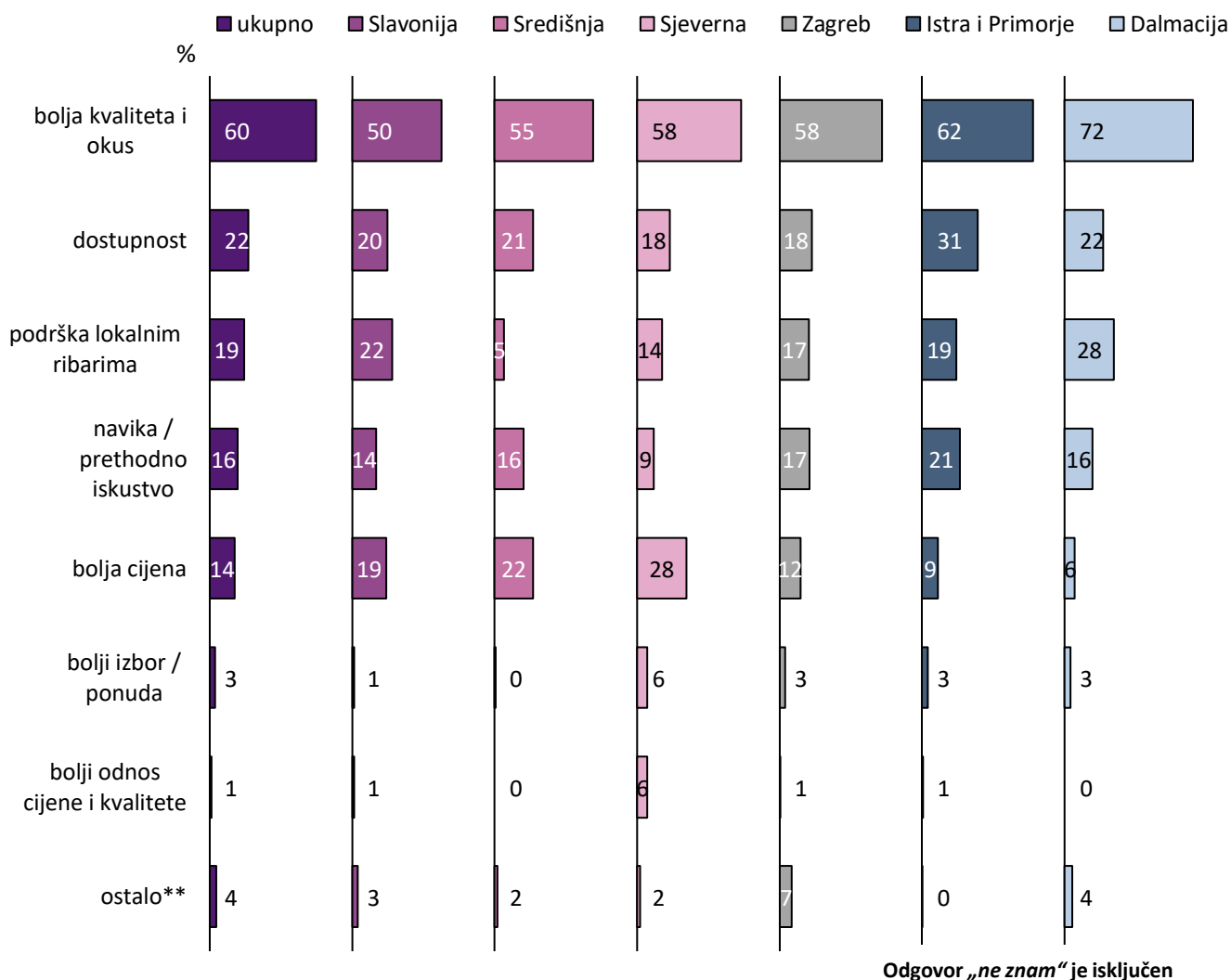
- 75 % potrošača bira ribu iz regije radi bolje kvalitete i okusa iako je skuplja od ribe koja ima podrijetlo izvan Hrvatske
- Cijena je ključan faktor pri kupnji uvozne ribe za 38 % potrošača

- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %
- **Odgovor „ostalo“ uključuje povjerenje, razmjenu, darivanje, itd.

Iz provedenih istraživanja na temelju svih zabilježenih odgovora po regijama vidljivo je da zemljopisna pripadnost potrošača utječe na razloge preferiranja ribe prema odabranom podrijetlu (graf 19). Bolja kvaliteta i okus su najvažniji faktori u svim regijama, gdje najveći udio ima Dalmacija (72 %) i Istra i Primorje (62 %). Od ostalih razloga na razini ukupnog uzorka valja spomenuti dostupnost (22 %) i podršku lokalnim ribarima (19 %).

Graf 19.

P16.(b) Koji su razlozi Vašeg preferiranja ribe prema odabranom podrijetlu?
(svi odgovori po regijama*)



- Najviše potrošača Dalmacije nastoji kupnjom ribe podržati lokalne ribare (28 %)
- Cijena je odlučujući element za kupnju ribe stanovnicima Sjeverne Hrvatske (28 %)

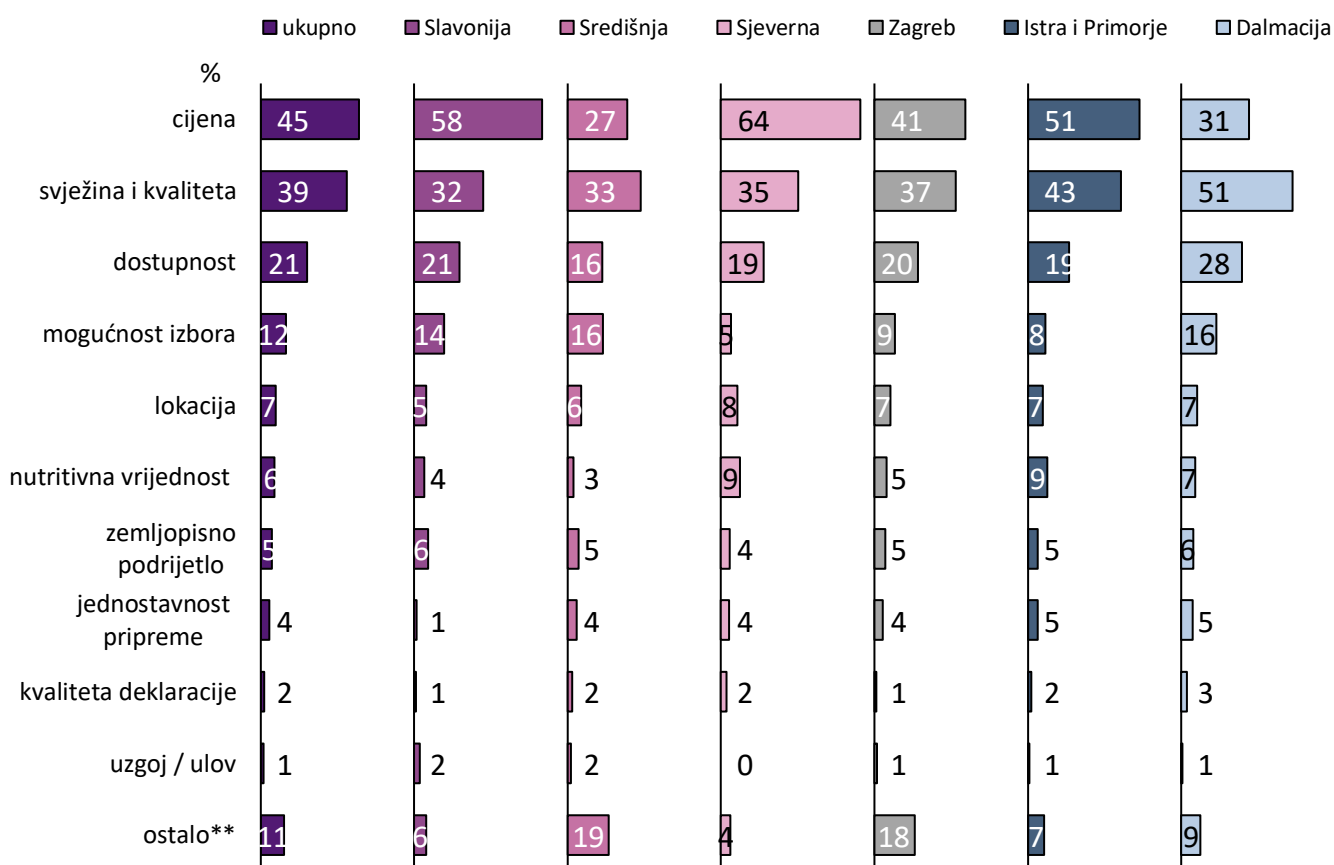
- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %
- **Odgovor „ostalo“ uključuje patriotizam, vlastiti ulov ribe, itd.

4.3.16. Ključni faktori koji utječu na odluku (ne) kupnje ribe

Graf 20. prikazuje faktore utjecaja na odluku o kupnji ribe. Kada hrvatski potrošači odlučuju hoće li kupiti ribu ili ne, glavni faktori koje uzimaju u obzir su cijena (45 %), kvaliteta (39 %) i dostupnost (21 %). Cijena je najvažniji razlog u regijama Sjeverna Hrvatska (64 %) i Slavonija (58 %). Dostupnost je podjednako zastupljen razlog u svim regijama, osim u Dalmaciji, gdje je navedeni razlog izraženiji (28 %) u odnosu na druge regije.

Graf 20.

P17. Koji faktori najviše utječu na to hoćete li kupiti ribu ili nećete?
(svi odgovori*)



Odgovor „ne znam“ je isključen

- Dalmacija ima najveći postotak potrošača (51 %) koji uzimaju svježinu i kvalitetu kao glavne faktore pri kupnji
- Sjeverna Hrvatska ima najmanji broj potrošača (27 %) koji kao ključnim faktorom pri kupnji drže cijenu

- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %
- **Odgovor „ostalo“ uključuje apetit, zdravlje, itd.

4.4. Stav potrošača prema ribi

Poglavlje o stavu potrošača prema ribi ima za cilj evaluirati kakve preferencije potrošači imaju prema ribi ovisno o podrijetlu, odnosno da li daju prednost divljoj ili uzgojenoj, morskoj ili slatkovodnoj ribi.

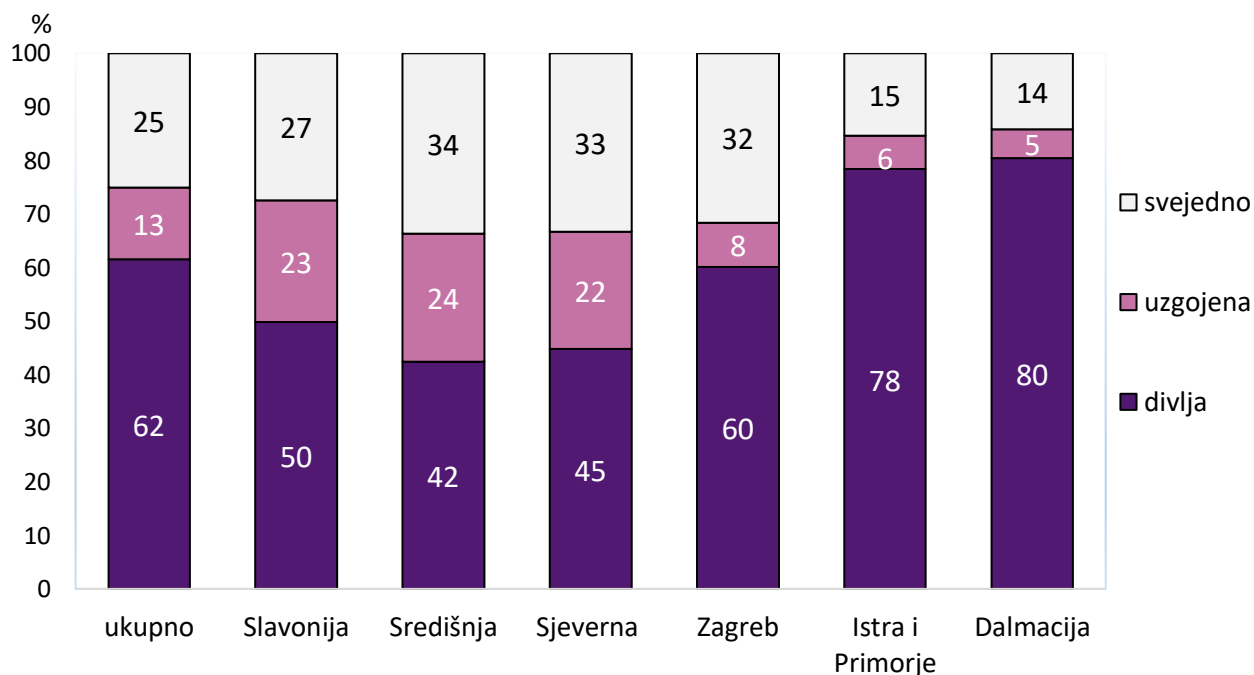
Također, analizirani su rezultati o kanalima informiranja potrošača o važnosti konzumiranja ribe s namjerom što boljeg identificiranja izvora informacija koje oblikuju stečene osobne stavove, kao i stavovi o zainteresiranosti za kušanjem novih proizvoda ribarstva i faktorima koji bi potaknuli potrošače na češću konzumaciju ribe.

4.4.1. Preferencije prema divljoj ili uzgojenoj ribi

Preferencije hrvatskih potrošača prema divljoj ili uzgojenoj ribi ovisi o nizu faktora, od kojih su najvažniji; dostupnost informacija, stečeno znanje i osobno iskustvo. U anketnom upitniku se većina potrošača izjasnila da preferira divlju ribu (62 %) u odnosu na uzgojenu (13 %), dok četvrtini podrijetlo ribe nije važno pri odabiru (graf 21). Na razini regija, potrošači Dalmacije (80 %) i Istre i Primorja (78 %) većinom biraju divlju ribu, dok stanovnici Središnje Hrvatske pokazuju najmanji interes za istu (42 %), te su najmanje zainteresirani za podrijetlo ribe (34 %).

Graf 21.

P1. Konzumirate li radije divlju ili uzgojenu ribu?



- Stanovnici Dalmacije (5 %) i Istre i Primorja (6 %) najmanje kupuju ribu iz uzgoja
- Središnja Hrvatska ima najviše potrošača koji se odlučuju za uzgojenu ribu

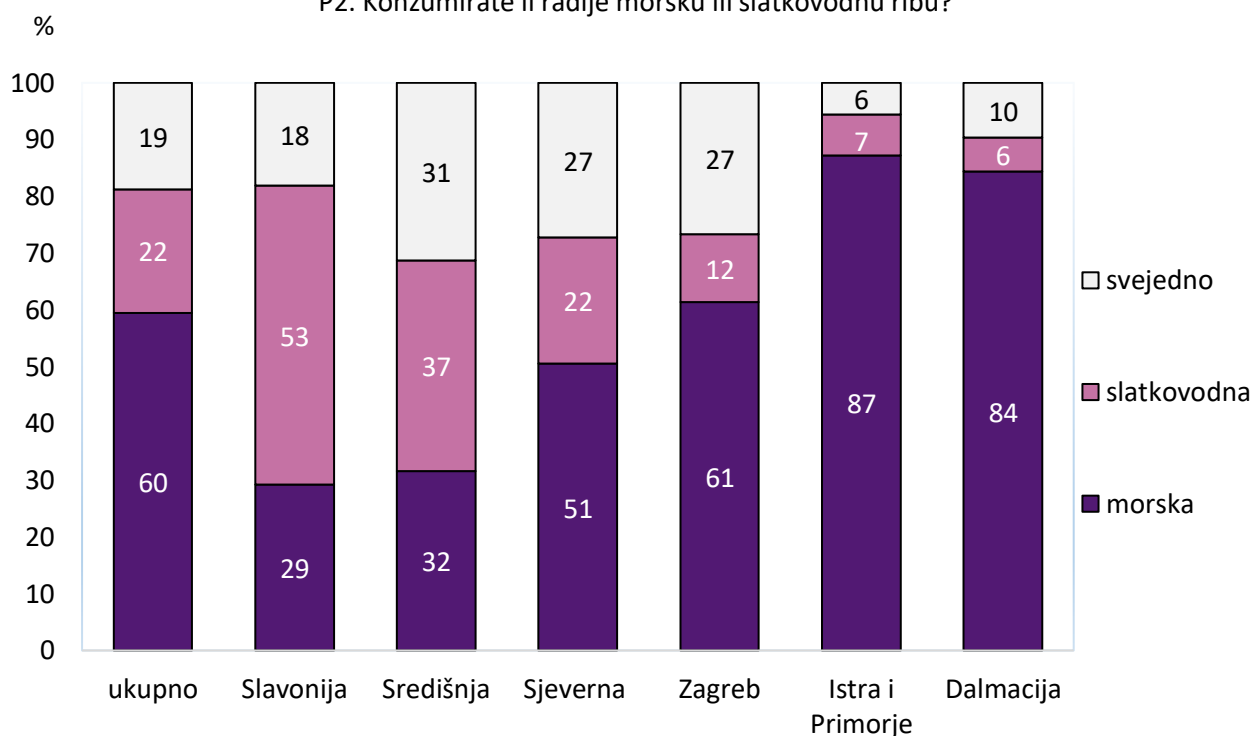
4.4.2. Preferencije prema morskoj ili slatkovodnoj ribi

Rezultati istraživanja pokazuju da 60 % potrošača, koji su obuhvaćeni anketom, preferira morsku ribu u odnosu na slatkovodnu, 22 % bira slatkovodnu, dok 19 % potrošača nema definirane preferencije (graf 22).

Na razini zemljopisne pripadnosti, najviše potrošača koji preferiraju morsku ribu nalazi se u Istri i Primorju (87 %) i Dalmaciji (84 %). S druge strane, Slavonija (53 %) i Središnja Hrvatska (37 %) imaju najviše potrošača slatkovodne ribe.

Graf 22.

P2. Konzumirate li radije morsku ili slatkovodnu ribu?



- Stanovnici jadranskih regija i regije Zagreb najviše preferiraju morsku ribu usporedno sa stanovnicima ostalih regija

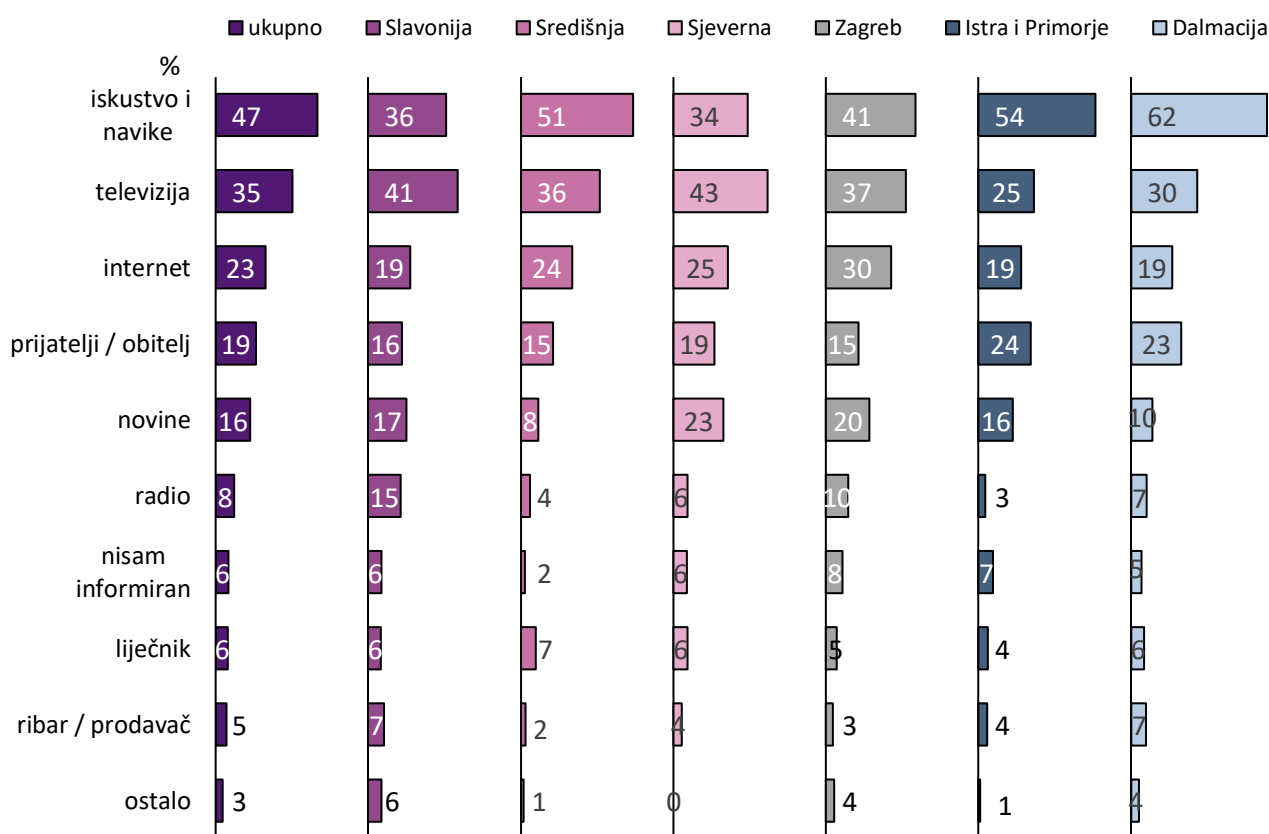
4.4.3. Način informiranja potrošača o važnosti konzumiranja ribe

Graf 23. prikazuje statističke rezultate u kojima je razvidno da se hrvatski potrošači deklariraju kao dovoljno informirani o važnosti konzumiranja ribe, te navode da se najviše informiraju preko vlastitog iskustva i navika (47 %), televizije (35 %) i interneta (23 %). S druge strane, najmanji postotak potrošača se informira preko liječnika (6 %) ili prodavača/ribara (5 %). Samo 6 % ispitanika se izjašnjava da nisu informirani o beneficijama konzumiranja ribe.

Dalmacija (62 %), Istra i Primorje (54 %) imaju najveći postotak potrošača koji se informiraju preko vlastitog iskustva. Stanovnici Slavonije (41 %) i Sjeverne Hrvatske (43 %) najčešće koriste televiziju kao izvor informiranja u odnosu na druge regije.

Graf 23.

P3. Preko kojih ste se sve kanala informiranja upoznali s važnošću konzumiranja ribe?



Odgovor „ne znam“ je isključen

- Internet se najčešće koristi kao sredstvo za informiranje o konzumaciji ribe u Zagrebu (30 %)
- Prijatelji i obitelj imaju najveću ulogu u informiranju u jadranskim regijama

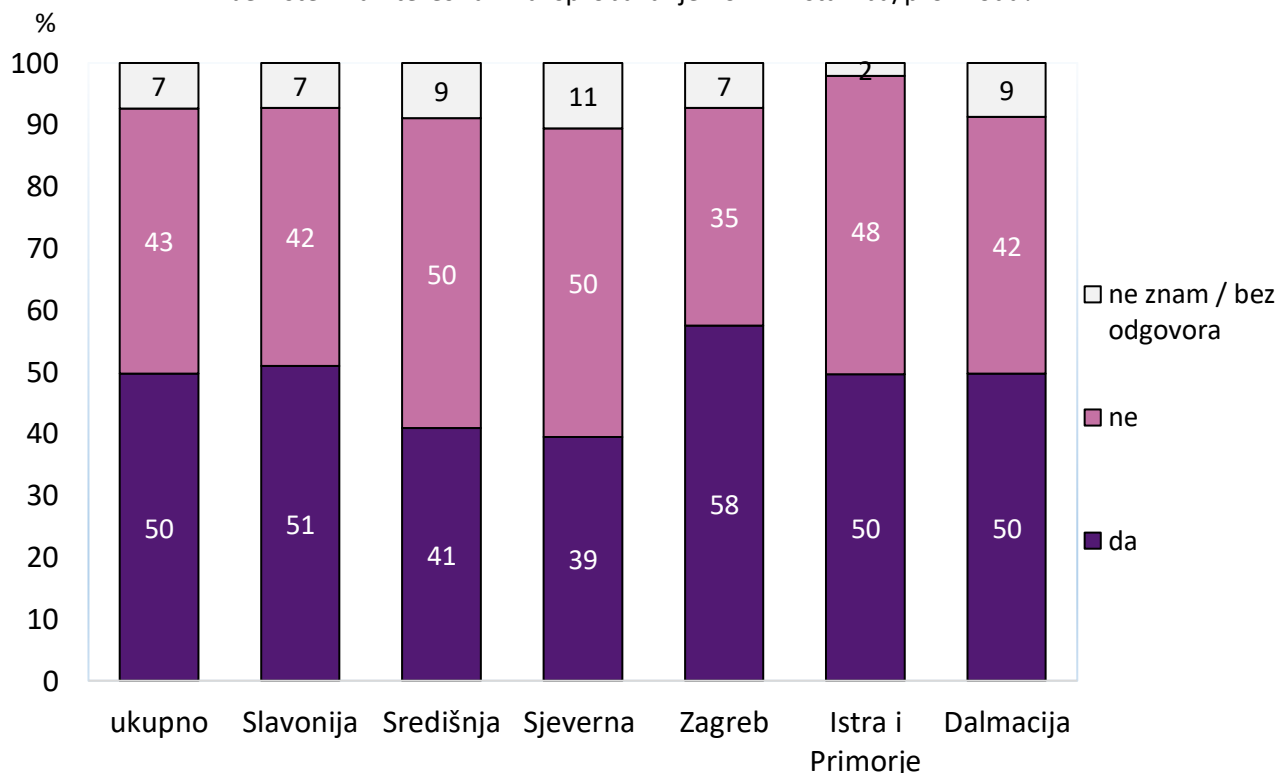
- *Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %

4.4.4. Zainteresiranost za kušanje novih vrsta ribe / proizvoda ribarstva

Na pitanje da li su zainteresirani za kušanje novih vrsta riba i proizvoda, polovica ispitanika se izjasnila da imaju interes, dok je nešto manje od polovice zadovoljno postojećom ponudom na tržištu (43 %), odnosno nisu zainteresirani za nove proizvode ribarstva (graf 24). Nešto manje od desetine potrošača (7 %) nije se očitovalo o ovom anketnom pitanju. Na razini regija, odnos svih zastupljenih odgovora u pojedinim regijama je sličan ili približan odgovorima ukupnog uzorka.

Graf 24.

P4. Je li ste li zainteresirani za isprobavanje novih vrsta riba/proizvoda?



- Sjeverna i Središnja Hrvatska imaju polovicu potrošača koji ne iskazuju interes za kušanje novih vrsta riba ili proizvoda
- Zagreb ima najviše potrošača (58 %) koji žele kušati nove proizvode ribarstva

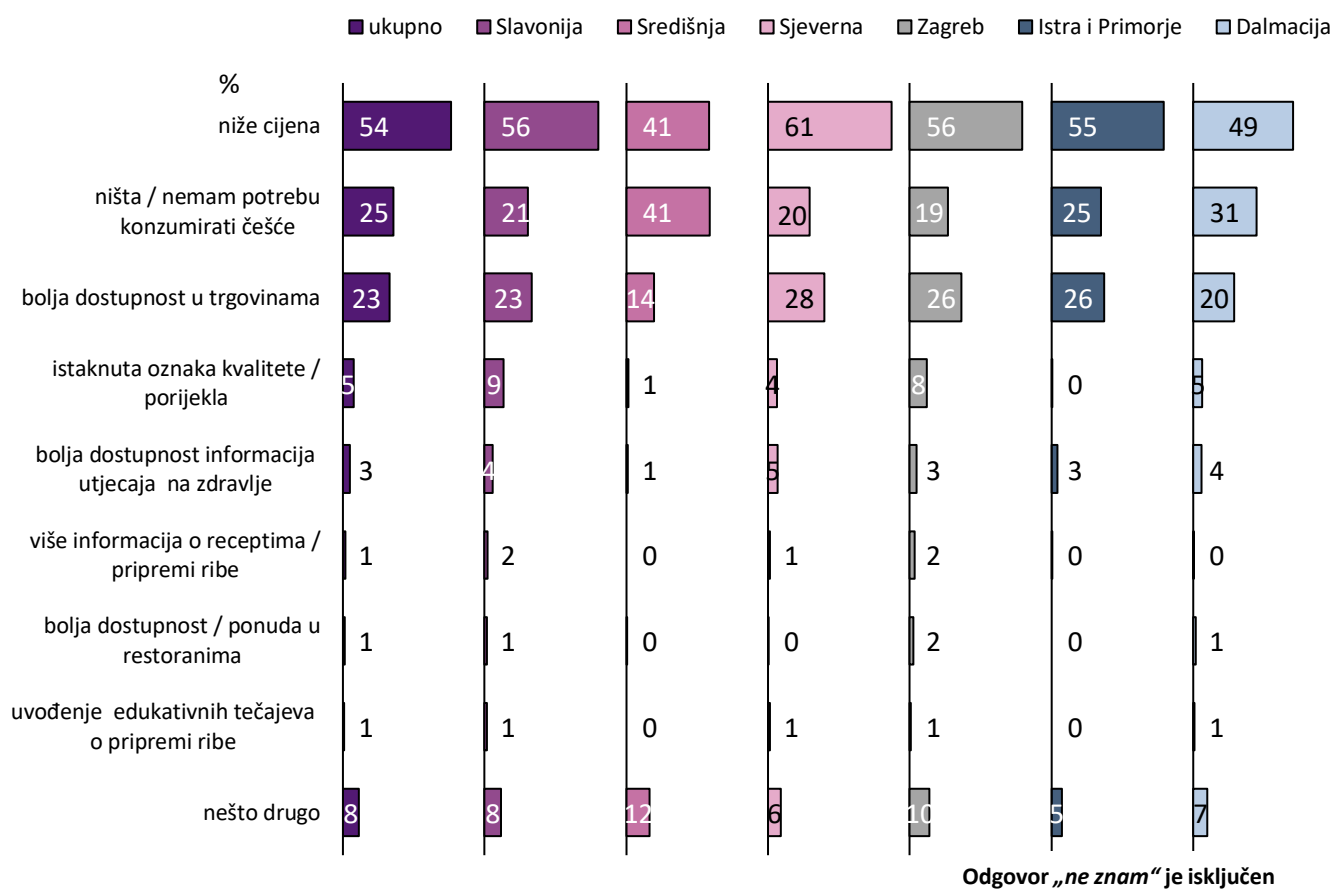
4.4.5. Uvjeti za češću konzumaciju ribe

Za povećanje konzumacije ribe potrebno se prilagoditi najaktualnijim trendovima, zahtjevima i kategorijama kupaca. Graf 25. pokazuje da bi hrvatski potrošači nedvojbeno povećali konzumaciju kada bi cijena bila pristupačnija njihovom budžetu (54 %) ili kada bi dostupnost proizvoda u trgovinama bila veća (23 %). Četvrtina ispitanika se izjasnila da nema potrebu konzumirati ribu uopće.

Potrošači svih regija, a najviše u Sjevernoj Hrvatskoj (61 %), drže da je cijena glavni razlog što se riba ne konzumira u većim količinama. Zanimljivo je da Dalmacija (31 %) i Središnja Hrvatska (41 %) imaju najveći broj stanovnika koji nemaju potrebu konzumirati ribu učestalije.

Graf 25.

P5. Što bi vas potaknulo na češću konzumaciju proizvoda ribarstva?



Potrošači Istre i Primorja ne obraćaju pažnju na oznake kvalitete/podrijetla, uzimajući u obzir da nitko nije istaknuo navedeno kao uvjet za češću konzumaciju

*Postojala je mogućnost davanja više odgovora, stoga suma % može biti > 100 %

4.5. Opće znanje o ribi iz uzgoja

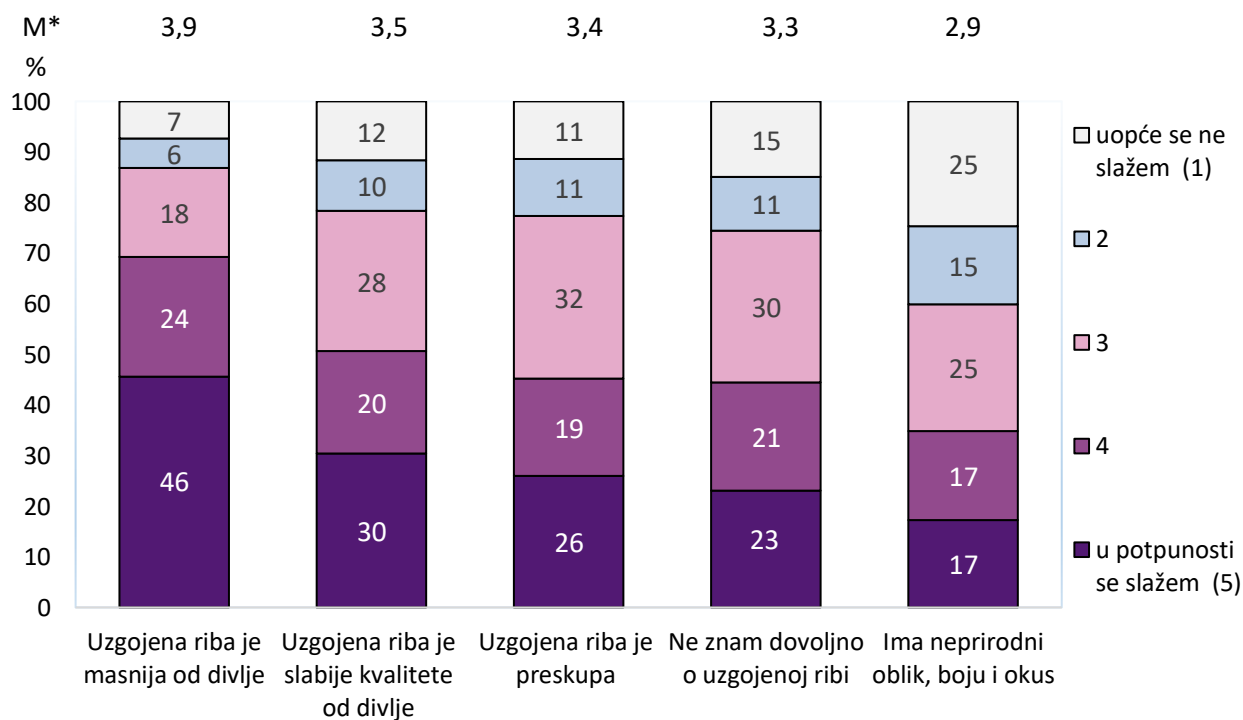
U poglavlju o općem znanju o uzgojenoj ribi analizirao se stav ispitanika prema ribi iz uzgoja i razlozi koji utječu na nabavu takve ribe. S obzirom da na postojeće stereotipove o uzgojenoj ribi utječe zemljopisna pripadnost pojedinoj regiji, uz prezentaciju rezultata ukupnog uzorka prikazani su i stavovi stanovnika svake od istraživanih regija kako bi se dobio bolji uvid u različitosti.

4.5.1. Stav o ribi iz uzgoja

Riba iz uzgoja je često izložena različitim stereotipovima koji su stečeni dezinformiranjem, što na kraju utječe na imidž takve ribe među potrošačima, koji je nerijetko diskriminiraju naspram divlje. U cilju dobivanja što jasnije slike o razmišljanju hrvatskih potrošača, ispitani su stavovi o ribi iz uzgoja. Od pet iznesenih tvrdnji u anketi većina potrošača drži da je uzgojena riba masnija (69 %), dok polovica vjeruje da ima slabiju kvalitetu od divlje (graf 26). Nešto manji broj ispitanika tvrdi da je riba iz akvakulture preskupa (45 %) i da nema prirodne karakteristike kao što su okus, boja ili oblik (35 %). Značajan broj ispitanika (44 %) ne zna dovoljno o ribi iz uzgoja, dok samo četvrtina smatra da ima dovoljno znanja.

Graf 26.

P1.(a) Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njenoj kvaliteti?
(ukupno)



Odgovor „ne znam“ je isključen

*Medijan (M) je srednja vrijednost obilježja koja statistički niz dijeli na dva jednaka dijela; pola jedinica statističkog skupa ima vrijednost obilježja manju ili jednaku medijanu, a pola jedinica veću ili jednaku medijanu. Na primjer, za podatke 1,2, 4, 11, 13 medijan je 4.

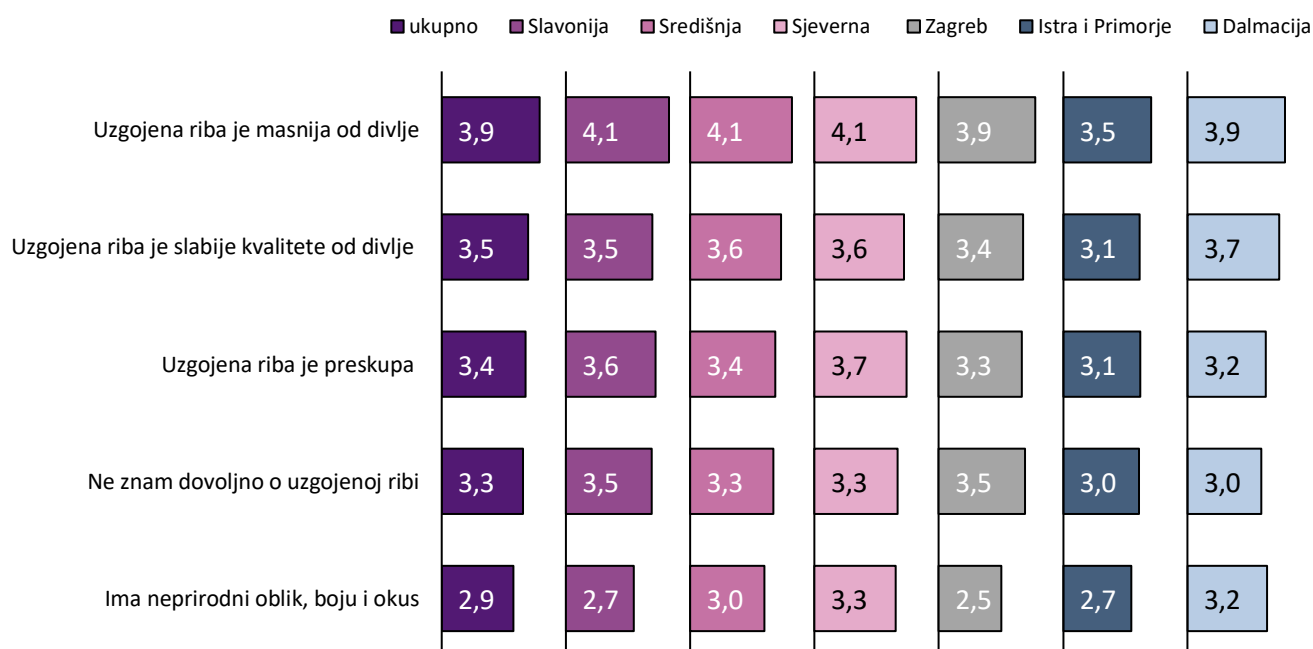
S namjerom što boljeg prikaza shvaćanja stavova o ribi iz uzgoja u grafu 27. je prikazan prosjek svih ocjena za svaku pojedinu tvrdnju na razini ukupnog uzorka i na razini uzorka pojedine regije. Ispitanici su ocjenjivali točnost tvrdnje ocjenama u rasponu od 1 („uopće se ne slažem“) do 5 („u potpunosti se slažem“).

Tvrdnja koja definira uzgojenu ribu masnijom od divlje je uvjerljivo najzastupljenija u odgovorima svih ispitanika, kako na razini ukupnog uzorka (3,9), tako i na razini svake pojedine regije, gdje najviši identični prosjek od 4,1 ima Slavonija, Sjeverna Hrvatska i Zagreb .

Druga tvrdnja s najvišim ocjenama ukupnog uzorka glasi „uzgojena riba je slabije kvalitete od divlje“ (3,5), dok s druge strane tvrdnja koja uzgojenu ribu deklarira da „ima neprirodan oblik, boju i okus“ je ocijenjena najnižom ocjenom od ponuđenih.

Graf 27.

P1.(b) Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njenoj kvaliteti?
(prosjek po regiji)



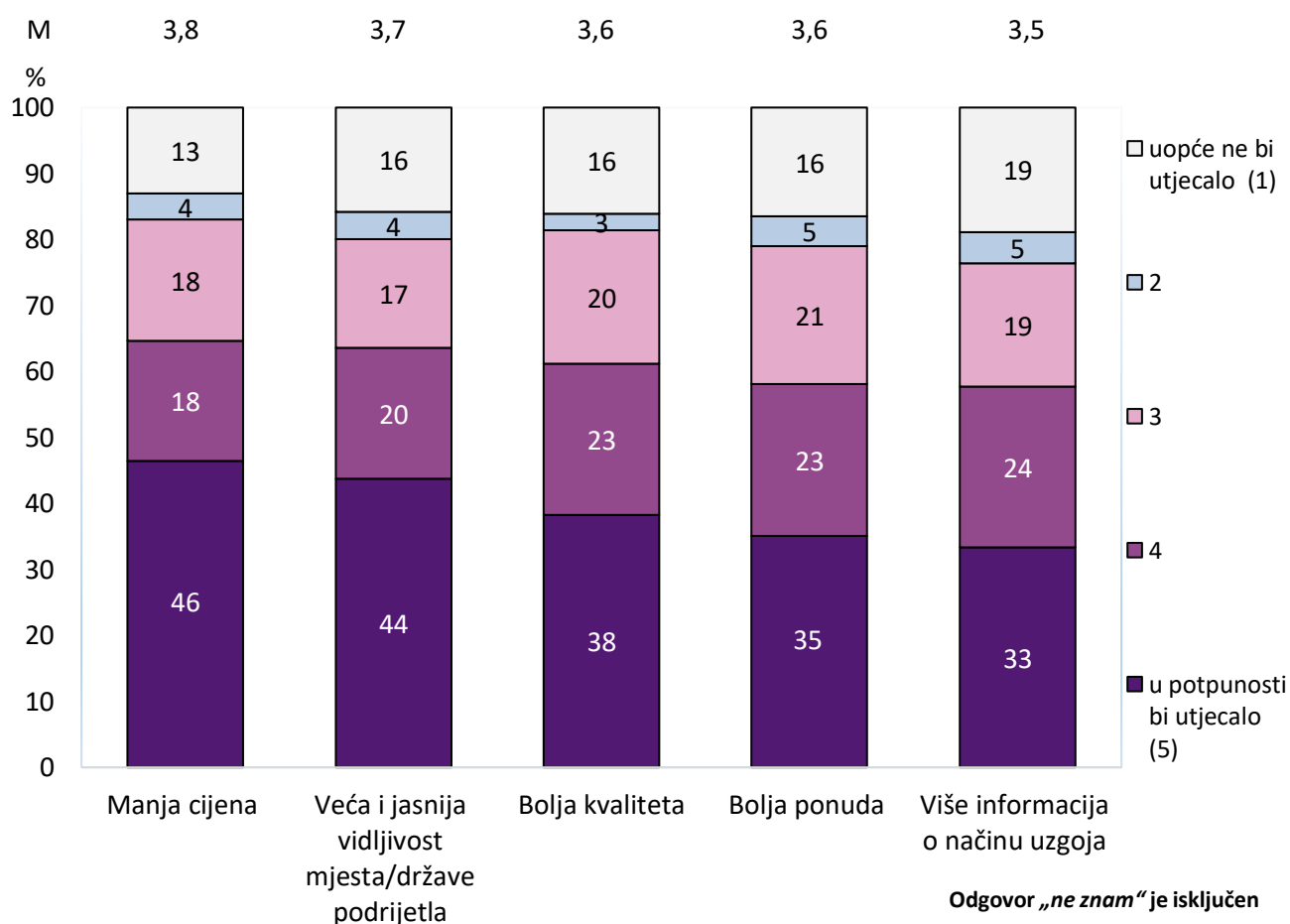
- Stanovnici Dalmacije smatraju da riba iz uzgoja ima neprirodan oblik, boju i okus, ali i da znaju više o njoj u odnosu na stanovnike Zagreba i Slavonije
- Riba iz uzgoja se smatra preskupom u Slavoniji i Sjevernoj Hrvatskoj, nego što je to slučaj u jadranskim regijama

4.5.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja

Izuzetno bitna cjelina istraživanja o stavovima hrvatskih potrošača o ribi iz uzgoja su razlozi koji utječu na kupnju takve ribe. Analizirani rezultati donose niz faktora koji definiraju krajnju odluku potrošača pri kupnji. Graf 28. prikazuje najvažnije prediktore koji utječu na potrošača, a to su redom; niža cijena (64 %), veća i jasnija vidljivost mjesta / države podrijetla (64 %), bolja kvaliteta (61 %), bolja ponuda (58 %) i više informacija o načinu uzgoja (58 %).

Graf 28.

P2.(a) Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?

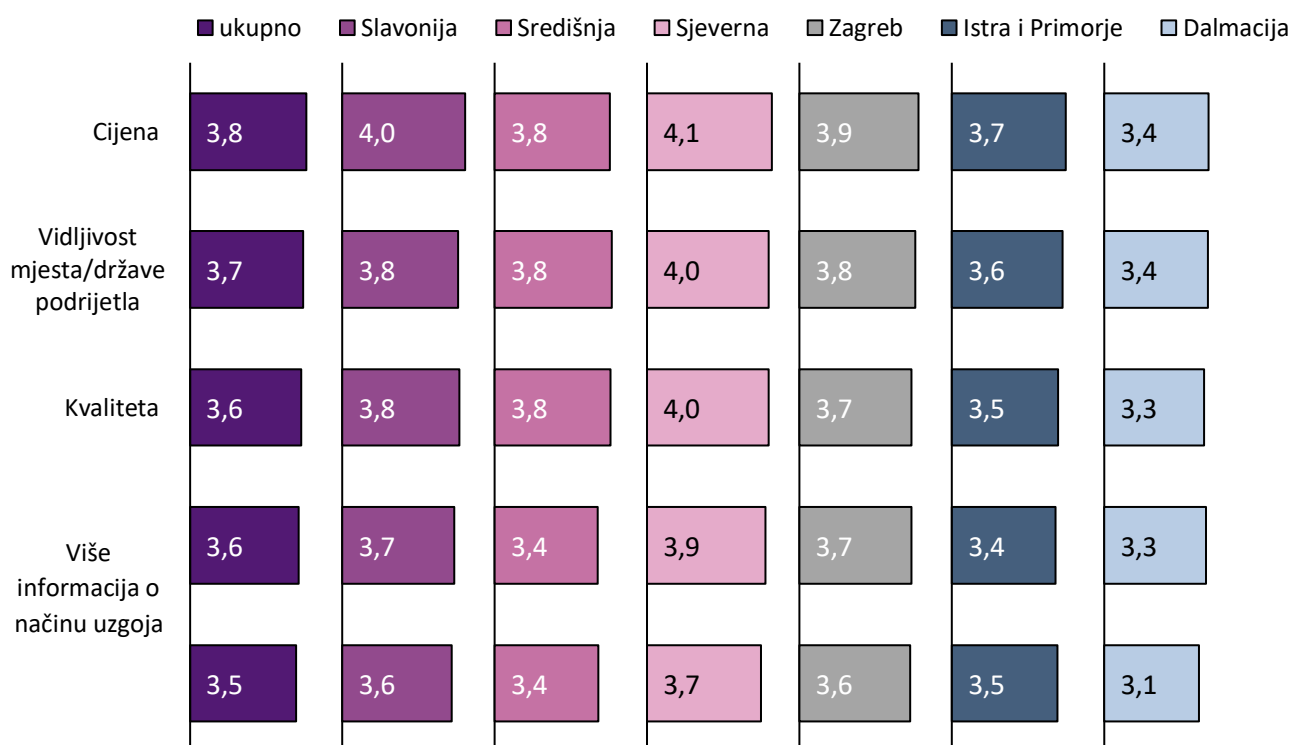


Kako bi dobili saznanja o faktorima koji bi motivirali potrošače na češću kupnju ribe iz uzgoja u grafu 29. je prikazan prosjek svih ocjena za svaku pojedinu tvrdnju na razini ukupnog uzorka i na razini uzorka pojedine regije. Temeljem stečenih stavova ispitanici su ocjenjivali točnost tvrdnje ocjenama u rasponu od 1 („uopće ne bi utjecalo“) do 5 („u potpunosti bi utjecalo“). Detaljni rezultati za svaku regiju su prikazani u poglavlju 5.

Rezultati pokazuju da bi cijena i bolja kvaliteta manje motivirala potrošače Dalmacije na češću kupnju ribe iz uzgoja u odnosu na stanovnike Slavonije i Sjeverne Hrvatske. Bolja ponuda, vidljivost mjesta podrijetla i količina informacija su važniji za potrošače Sjeverne Hrvatske nego za dalmatinske potrošače.

Graf 29.

P2.(b) Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?
(prosijek po regiji)



U jadranskim regijama svi ponuđeni elementi imaju tendenciju manjeg utjecaja na odluku potrošača za kupovanje ribe iz uzgoja

4.6. Stav potrošača prema informacijama o ribi

Informacije na proizvodima ribarstva mogu sadržavati deklaraciju, različite certifikate, karakteristike proizvoda i ostalo što kreira odnos i percepciju potrošača prema proizvodu. U ovom poglavlju se analizira generalni stav potrošača prema deklaracijama na proizvodima ribarstva, kao i važnost koju potrošači obraćaju na informacije sadržane u deklaracijama.

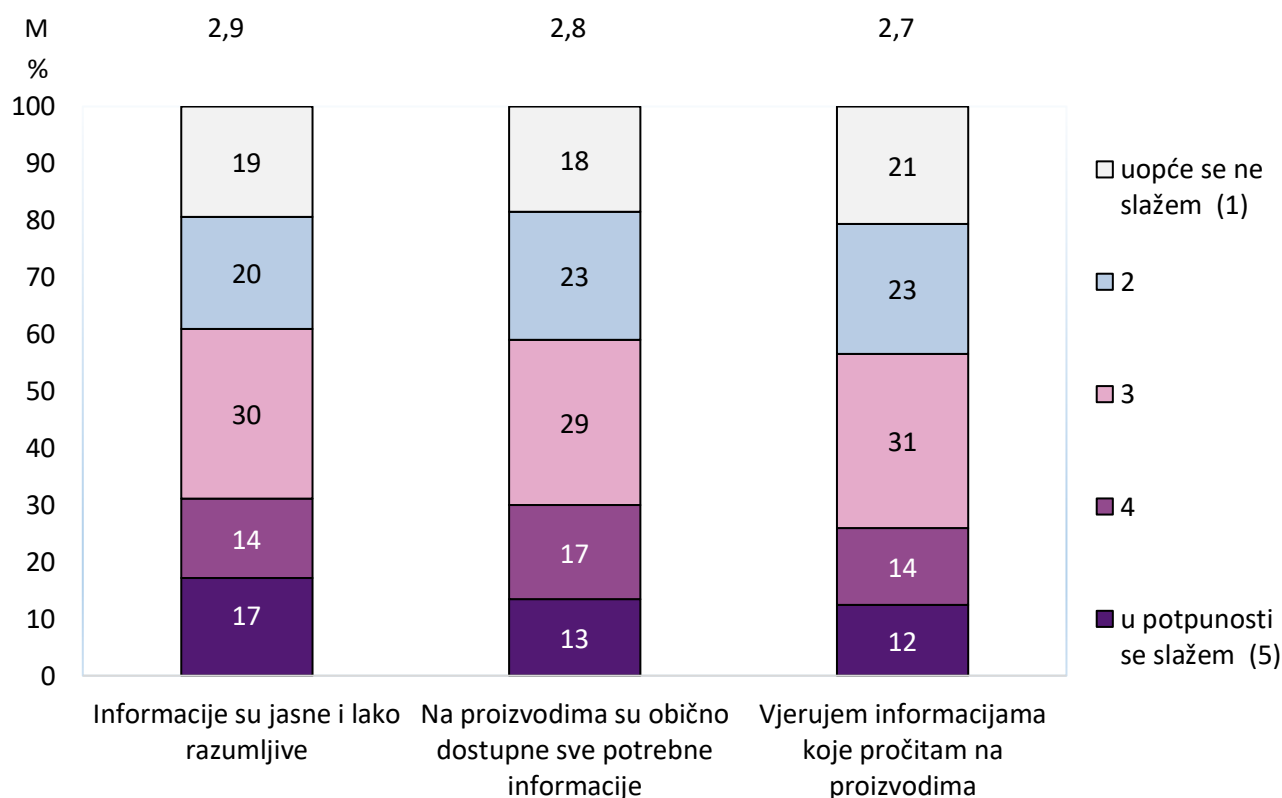
4.6.1. Stav prema informacijama sadržanim u deklaracijama proizvoda ribarstva

Ispitanici su odabirom brojeva na skali od 1 („uopće se ne slažem“) do 5 („u potpunosti se slažem“) ocjenjivali tvrdnje o informacijama sadržanim u deklaracijama proizvoda ribarstva.

Iz rezultata prikazanih u grafu 30., jasno je da manje od trećine hrvatskih potrošača smatra da su ove informacije jasne i razumljive (31 %), dostupne (30 %) i istinite (26 %).

Graf 30.

P1.(a) Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva?



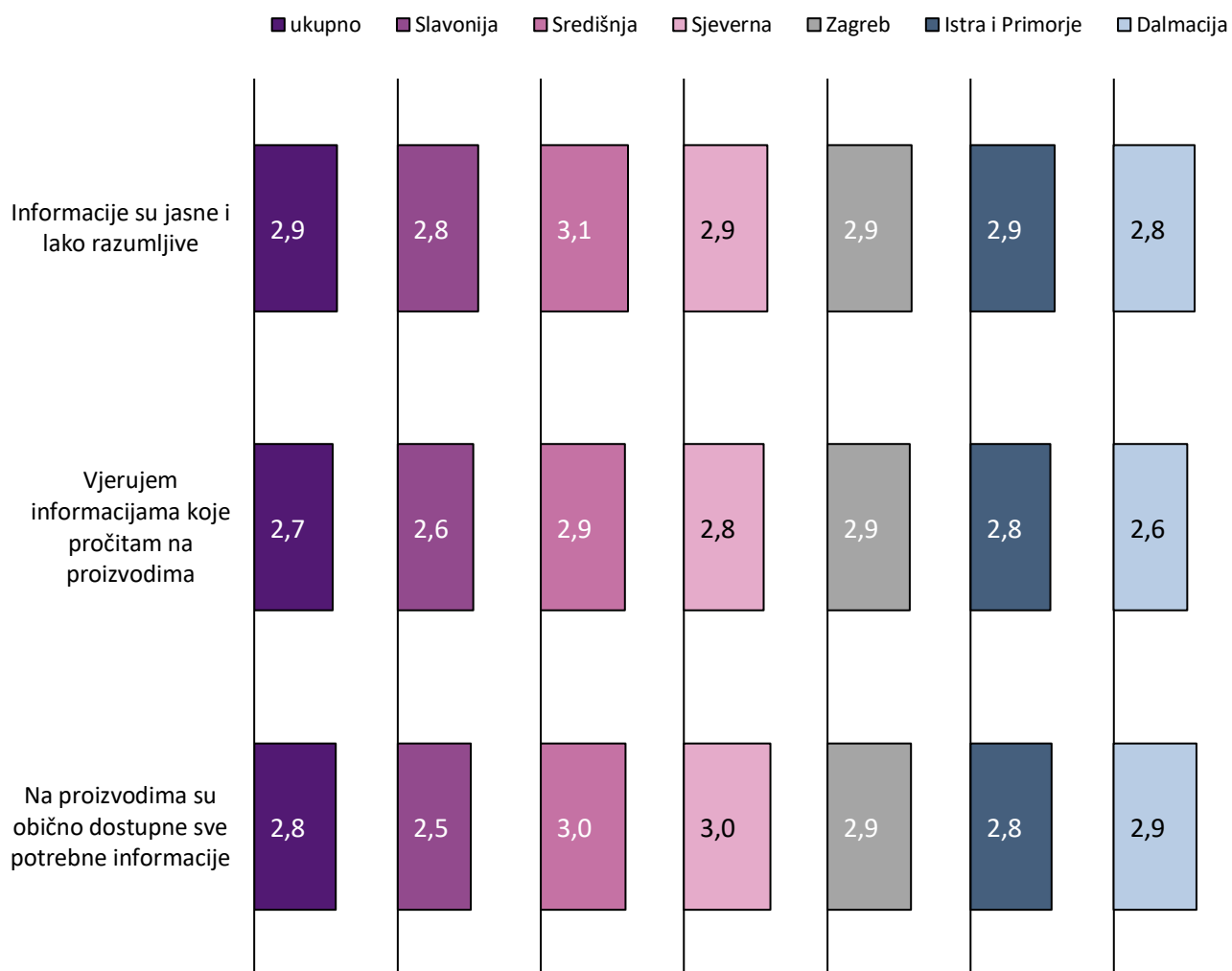
Odgovor „ne znam“ je isključen

U grafu 31. su prikazane prosječne ocjene stava ispitanika na tvrdnje o dostupnosti informacija na deklaracijama proizvoda ribarstva. Ispitanici su ocjenjivali tvrdnje o informacijama u rasponu od 1 („uopće se ne slažem“) do 5 („u potpunosti se slažem“).

Analizom prikupljenih odgovora može se zaključiti da se stav potrošača o informacijama sadržanim u deklaracijama znatno ne razlikuje na razini svih promatranih regija. Vrijedi istaknuti rezultate ocjena u Slavoniji, gdje je primjetan trend lošijih rezultata, posebice po pitanju dostupnosti svih potrebnih informacija na deklaracijama.

Graf 31.

P1.(b) Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva?
(prosjek po regiji)



4.6.2. Stav prema informacijama na deklaracijama proizvoda ribarstva na razini regija

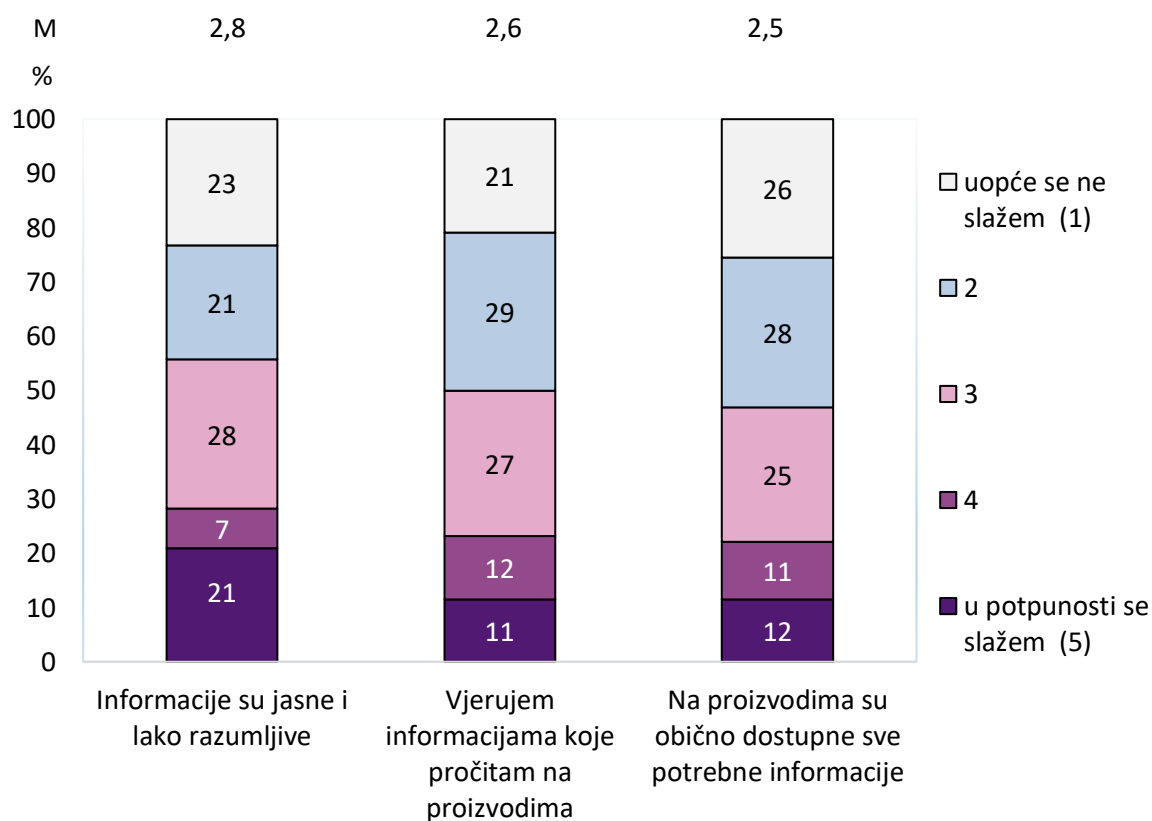
U ovom dijelu izvještaja prikazani su detaljni rezultati stavova potrošača prema dostupnim informacijama na deklaracijama proizvoda ribarstva na razini pojedine istraživane regije. Dobiveni rezultati daju pretpostavke za daljnje korake u smislu utjecaja na stečene specifične stavove na razini regije.

Slavonija

Graf 32. pokazuje da se polovica ispitanika iz Slavonije ne slaže da su informacije na deklaracijama istinite i da su sve potrebne informacije dostupne. Da informacije nisu dovoljno jasne i lako razumljive navodi nešto manje od polovice Slavonaca (44 %).

Graf 32.

P2. Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva? (Slavonija)



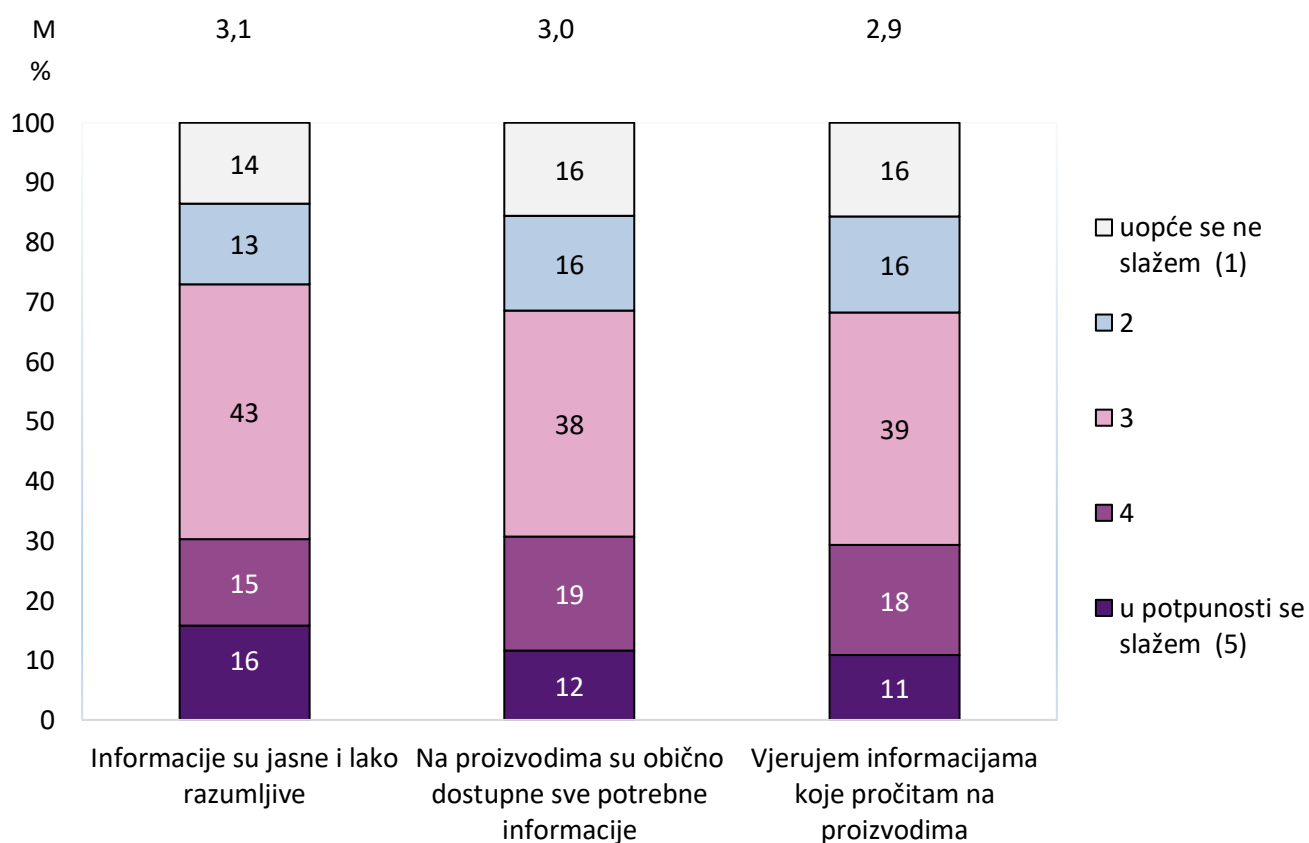
Odgovor „ne znam“ je isključen

Središnja Hrvatska

Stanovnici Središnje Hrvatske se djelomično slažu da su informacije na deklaracijama proizvoda ribarstva jasne, razumljive i istinite. U prosjeku, trećina ispitanika ih smatra jasnim, razumljivim, dostupnim i istinitim (graf 33).

Graf 33.

P3. Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva? (Središnja Hrvatska)



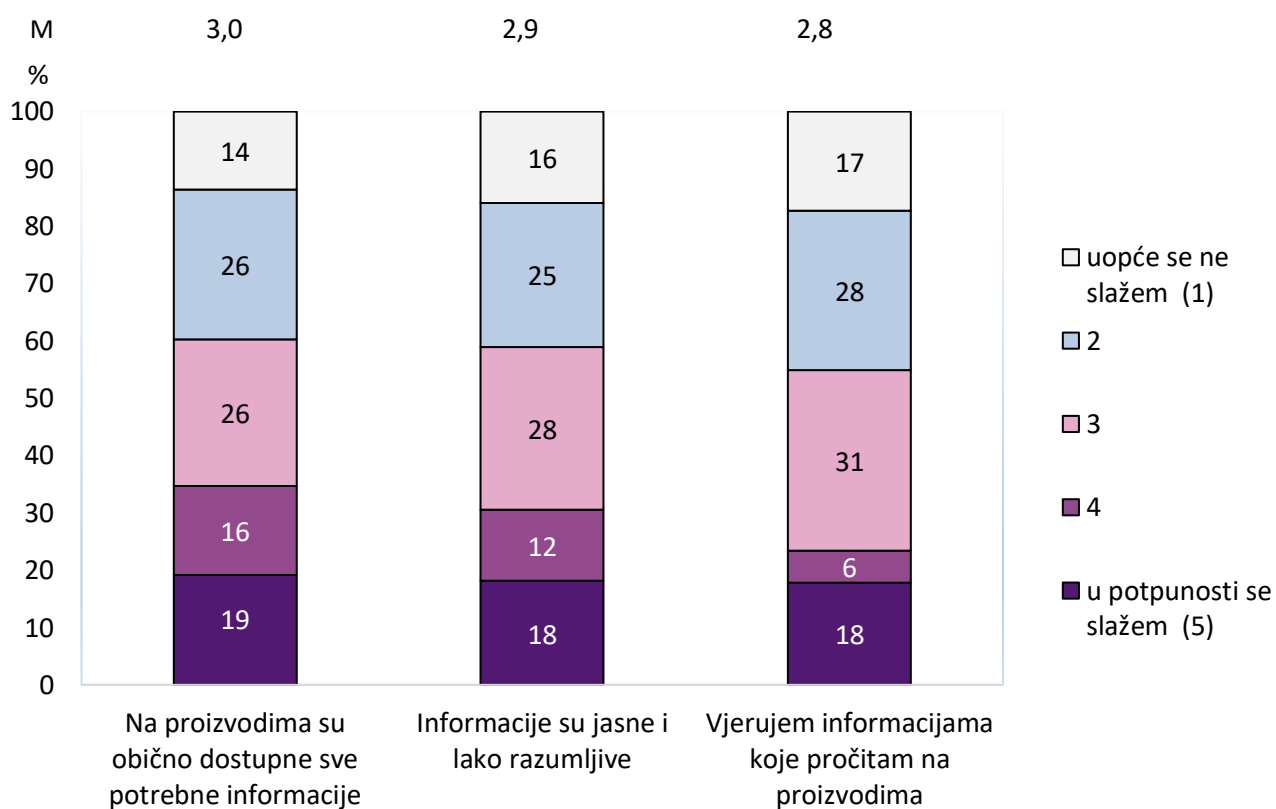
Odgovor „ne znam“ je isključen

Sjeverna Hrvatska

U Sjevernoj Hrvatskoj trećina ispitanika smatra da su sve potrebne informacije na deklaracijama proizvoda ribarstva dostupne (graf 34). Nešto manje stanovnika drži da su takve informacije lako razumljive (31 %) i istinite (25 %).

Graf 34.

P4. Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva? (Sjeverna Hrvatska)



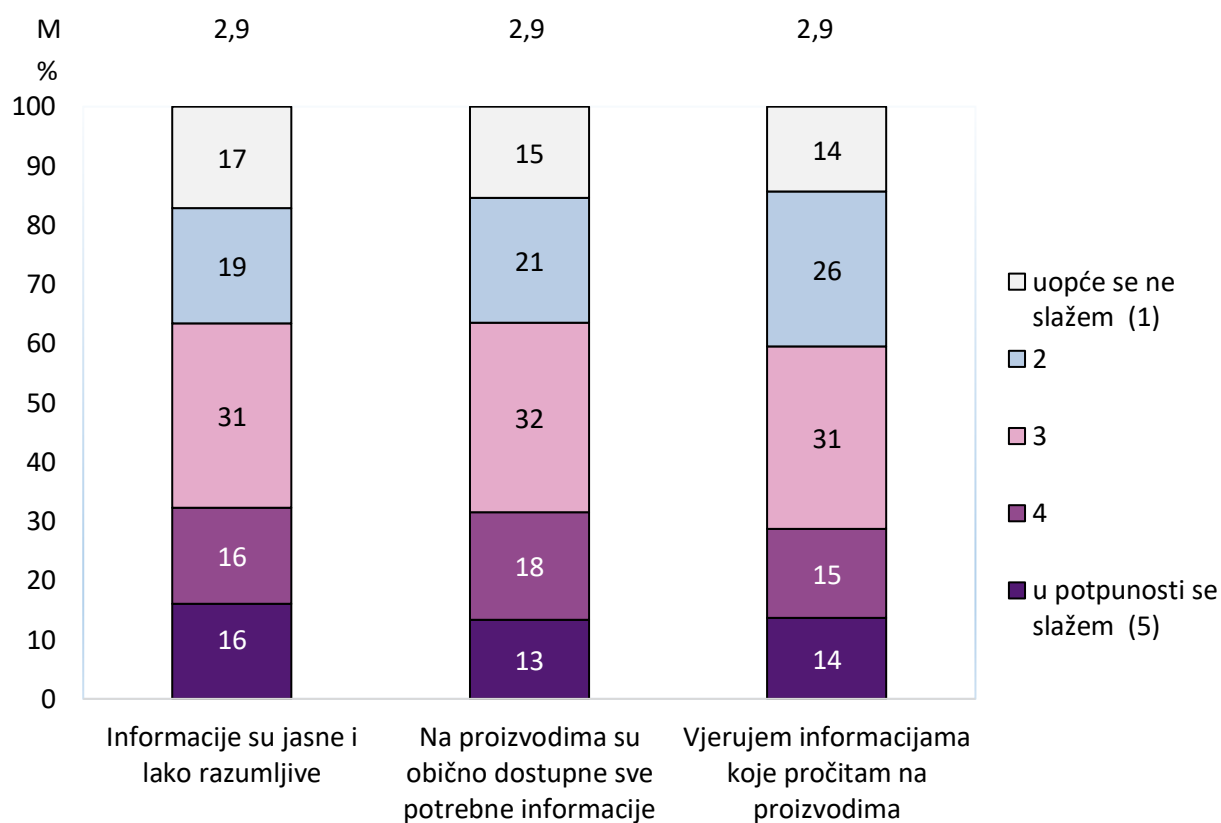
Odgovor „ne znam“ je isključen

Zagreb

Graf 35. prikazuje da u prosjeku oko trećina stanovnika regije Zagreb vidi informacije na deklaracijama proizvoda ribarstva kao jasne i lako razumljive (32 %), dostupne (32 %) i istinite (29 %).

Graf 35.

P5. Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva? (Zagreb)



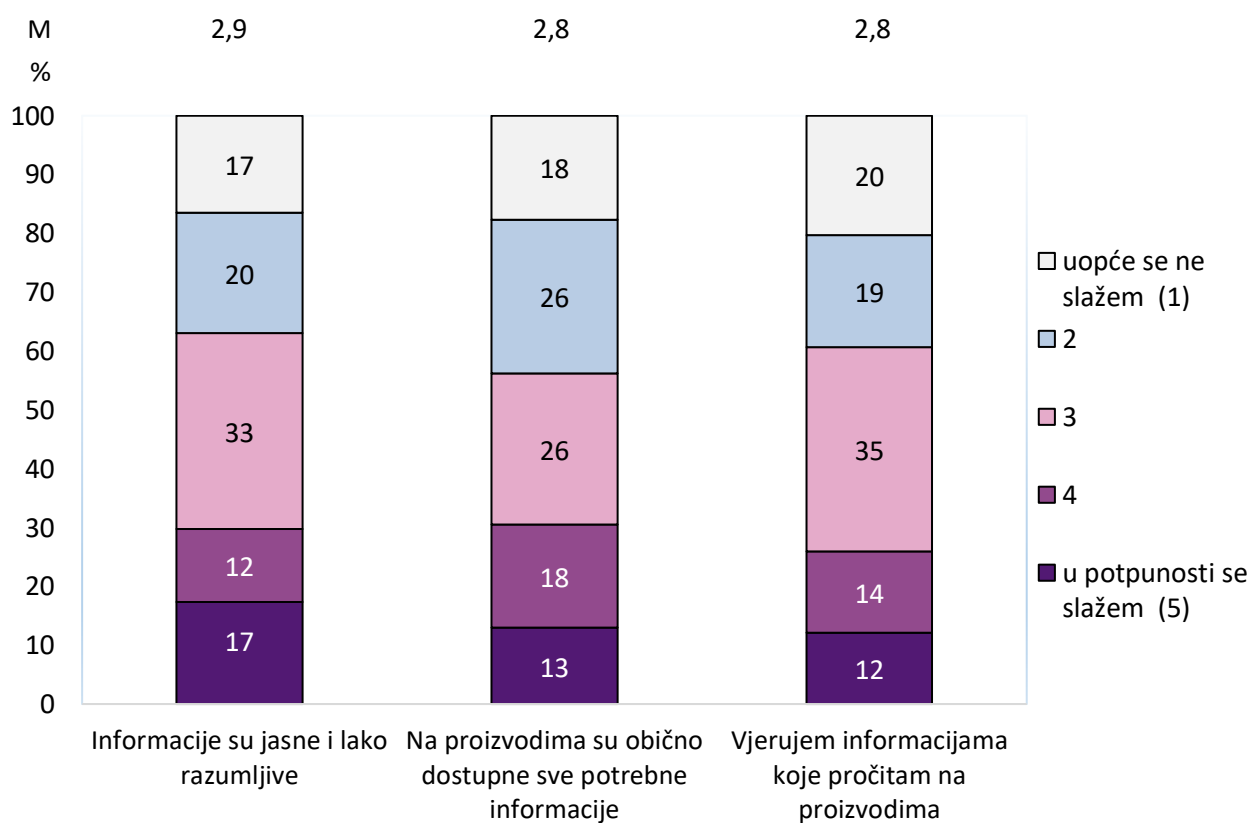
Odgovor „ne znam“ je isključen

Istra i Primorje

Manje od trećine stanovnika Istre i Primorja misli da su informacije na deklaracijama jasne i potpuno dostupne, dok 26 % smatra da su takve informacije istinite, to jest relevantne (graf 36). Otprilike petina ispitanika se ne slaže ni s jednom od ponuđenih tvrdnji.

Graf 36.

P6. Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva?
(Istra i Primorje)



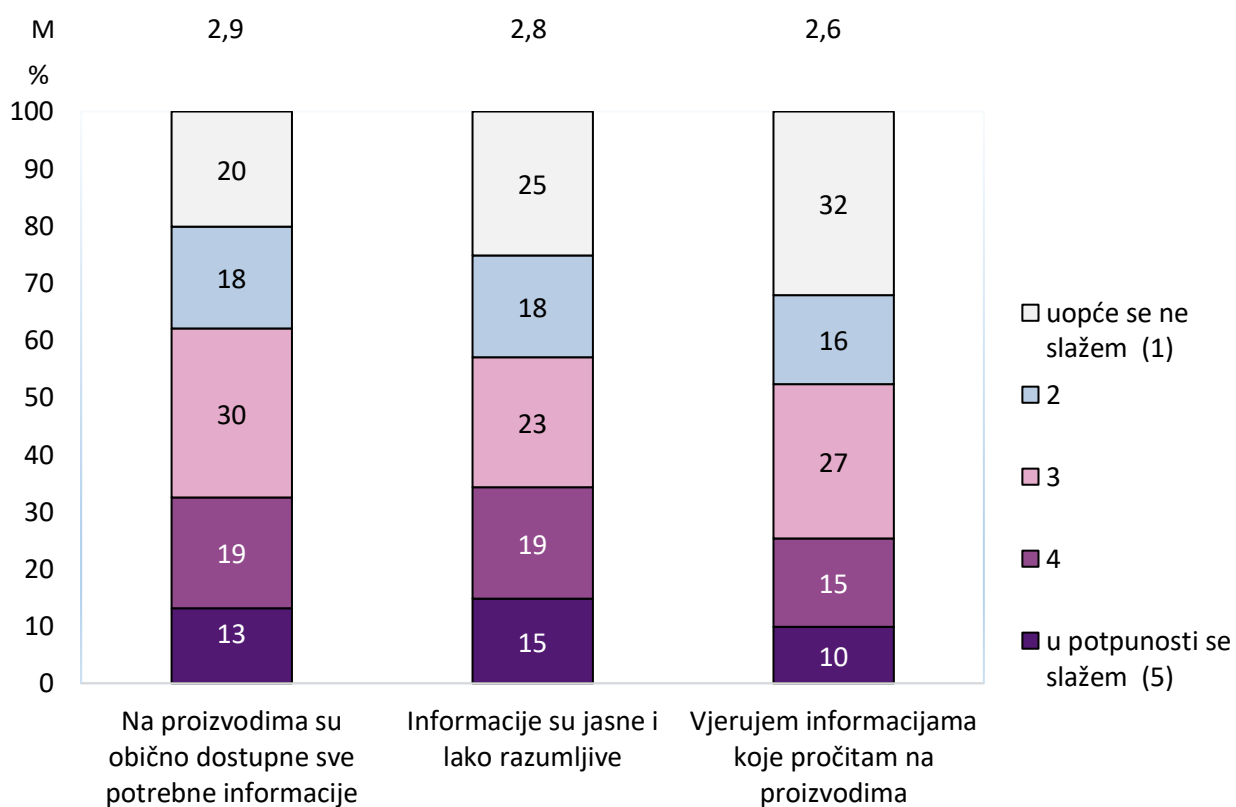
Odgovor „ne znam“ je isključen

Dalmacija

Skoro polovica (48 %) stanovnika Dalmacije ne vjeruje informacijama na deklaracijama proizvoda ribarstva, 43 % smatra da dostupne informacije nisu dovoljno razumljive, dok čak 38 % tvrdi da sve potrebne informacije nisu navedene na deklaracijama (graf 37).

Graf 37.

P7. Koji je Vaš stav o informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva?
(Dalmacija)



Odgovor „ne znam“ je isključen

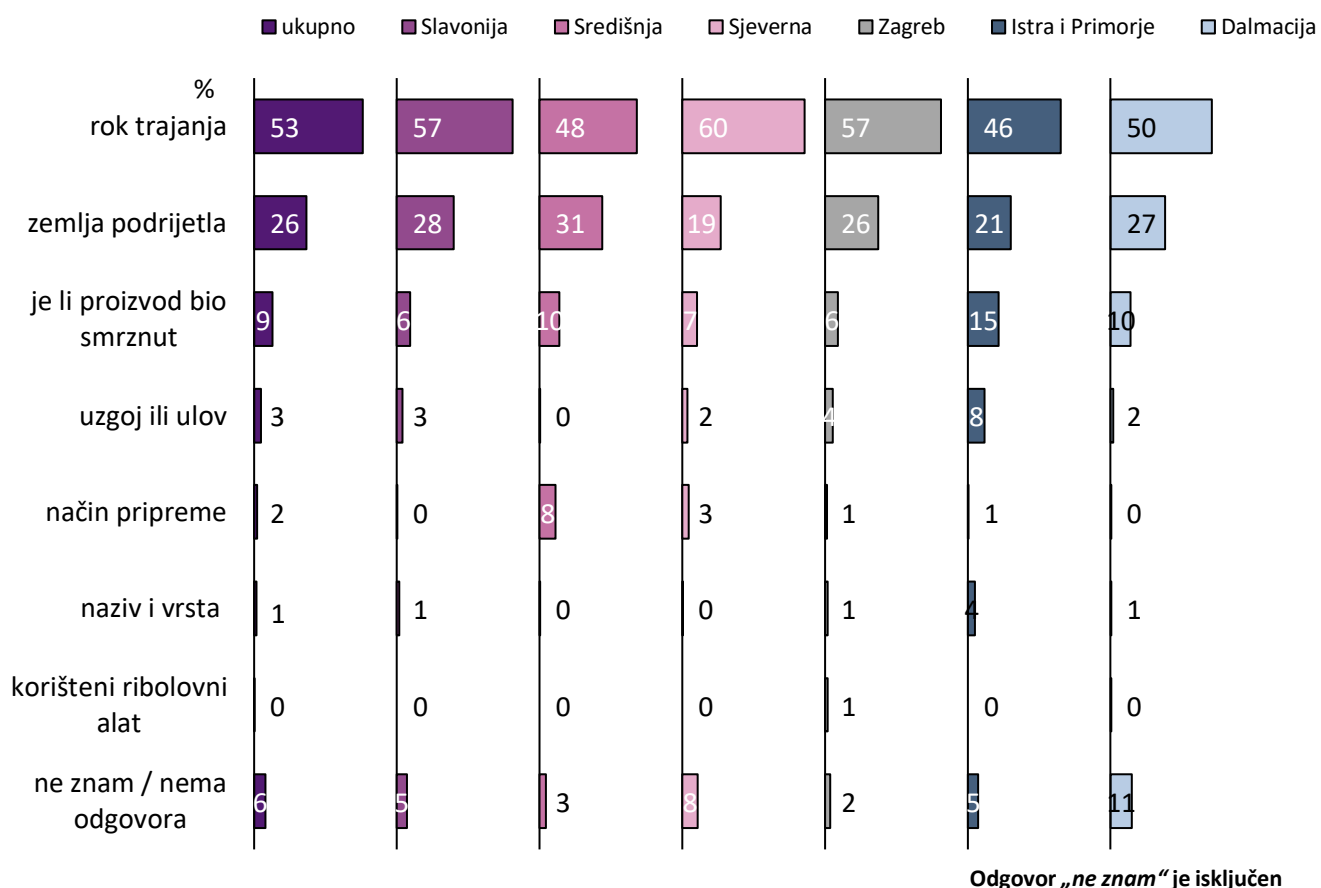
4.6.3. Važnost informacija na deklaracijama

Da hrvatski potrošači najviše brinu o zdravstvenoj ispravnosti i kvaliteti hrane potvrđuju dobiveni rezultati anketnog pitanja o važnosti informacija na deklaracijama (graf 32). Potrošači najviše pozornosti obraćaju na rok trajanja (53 %) i zemlju podrijetla (26 %), dok su ostale informacije od manje važnosti. Nekolicina (9 %) brine da li je proizvod prethodno bio smrznut.

Na razini regija, stavovi o važnosti informacija su poredani po istoj hijerarhiji kao što je to slučaj kod ukupnog uzorka, odnosno rok trajanja i zemlja podrijetla predstavljaju najvažnije informacije u svim regijama. Stanovnici Sjeverne Hrvatske, u odnosu na druge regije, najviše pozornosti obraćaju na rok trajanja (60 %).

Graf 38.

P8. Koju informaciju dostupnu na deklaracijama proizvoda ribarstva smatrate najvažnijom?



- U odnosu na stanovnike drugih regija, stanovnici Istre i Primorja najviše pozornosti daju informaciji je li proizvod prethodno bio smrznut (15 %)

5. STAVOVI I OPĆE ZNANJE POTROŠAČA O RIBI IZ UZGOJA NA RAZINI REGIJA

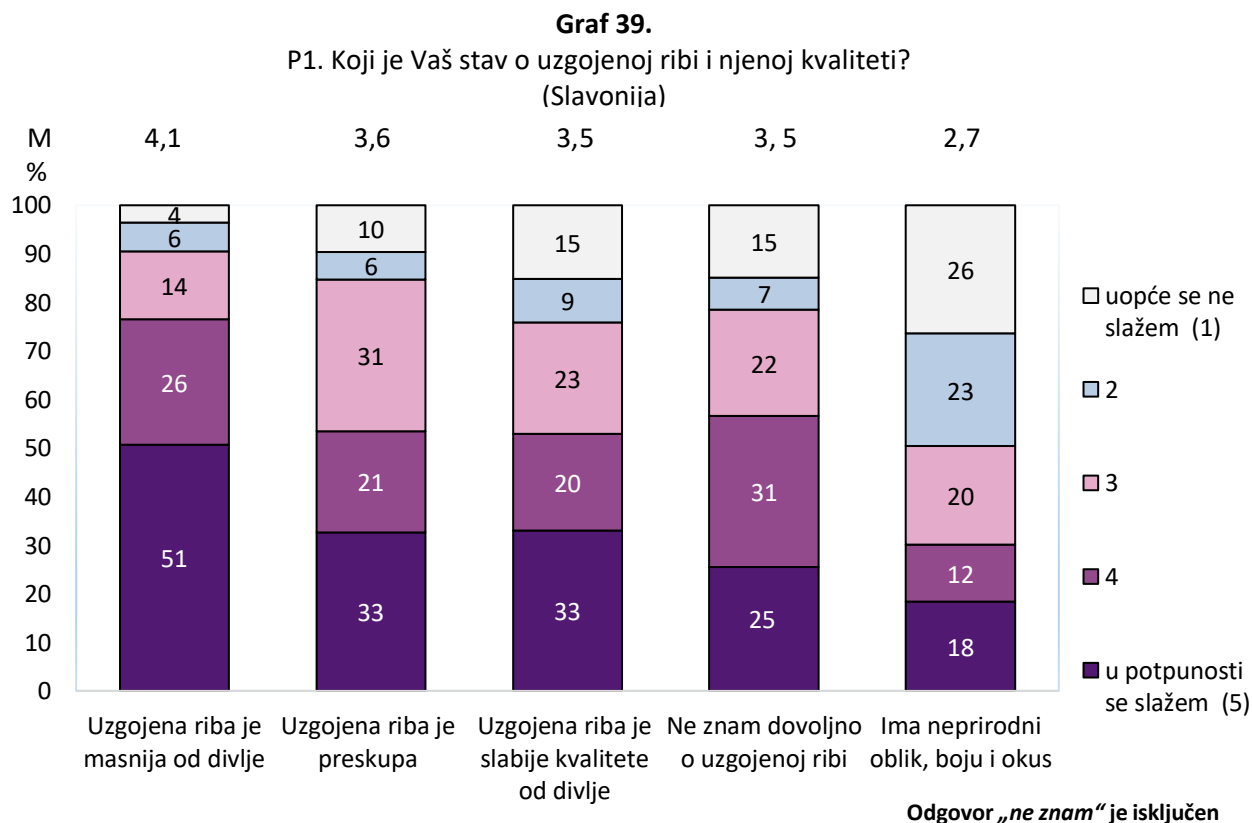
Iako geografski mala, Hrvatska je zemljopisno i kulturološki raznolika, što hipotetski nameće tezu da se stavovi i opće znanje potrošača o ribi iz uzgoja razlikuju u svakoj od istraživanih regija. Rezultati provedenih anketa potvrđuju navedene pretpostavke, te su s namjerom prikaza utjecaja zemljopisne pripadnosti na specifične stavove i opće znanje potrošača, prikazane zasebne analize za šest regija. Ispitanicima su ponuđene različite tvrdnje koje su ocjenjivali u rasponu od 1 do 5, na temelju čega se dobio ukupni prosjek ocjena za pojedinu tvrdnju.

5.1. Slavonija

Slavonija je geografska regija u istočnoj Hrvatskoj koja obuhvaća pet županija; Vukovarsko-srijemsku, Virovitičko-podravsku, Požeško-slavonsku, Osječko-baranjsku i Brodsko-posavsku. Od ukupno 198 ispitanika, 88 % konzumira ribu, i to s izraženim preferencijama prema slatkovodnim vrstama (53 %). Divlju ribu konzumira 50 %, a uzgojenu 23 % potrošača u Slavoniji.

5.1.1. Stav o ribi iz uzgoja

Čak 77 % Slavonaca smatra da je uzgojena riba masnija od divlje, što je najveći postotak među svim regijama (graf 39). Također, polovica ispitanika smatra da je takva riba preskupa i slabije kvalitete, te da ima neprirodan izgled i okus. S druge strane, više od polovice ispitanika (57 %) ne zna dovoljno o ribi iz uzgoja.

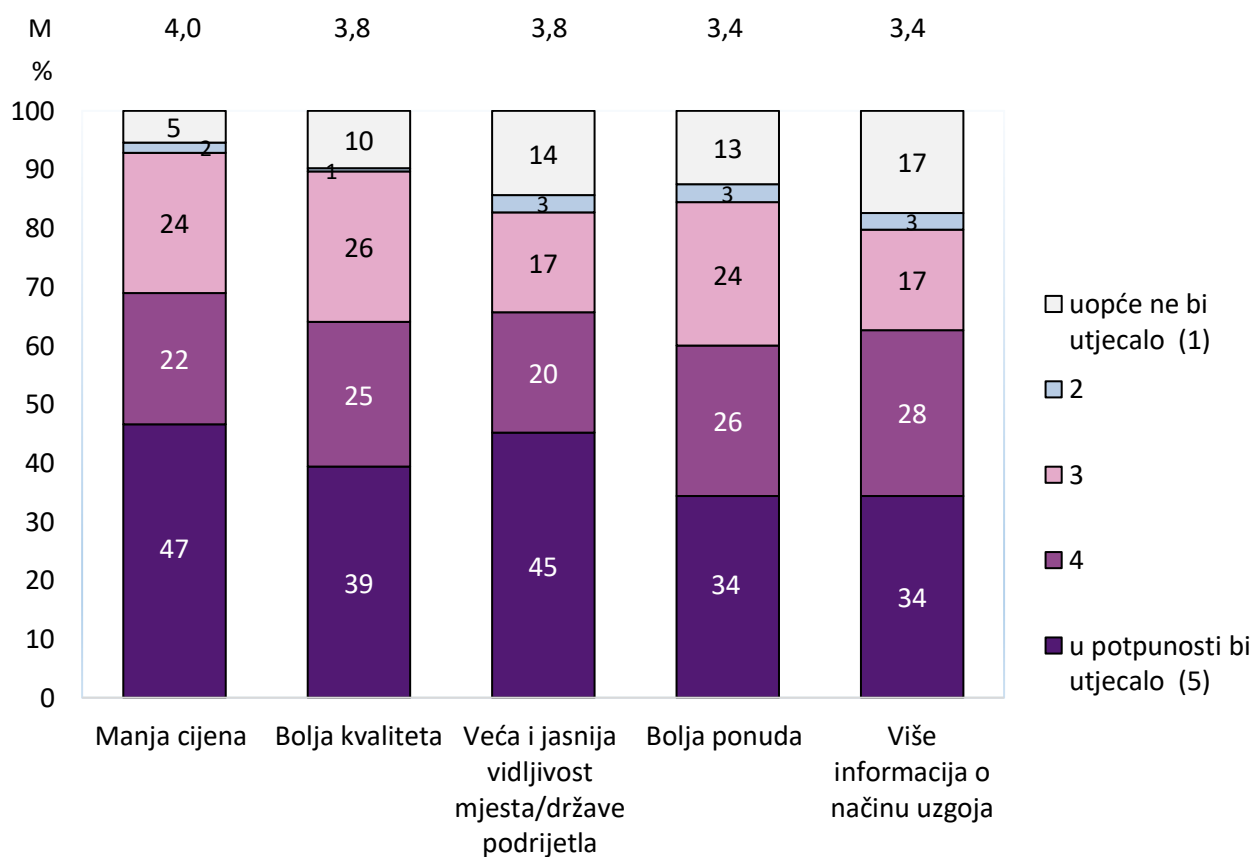


5.1.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja

Manja cijena je glavni razlog koji bi potaknuo dvije trećine Slavonaca da započnu ili da češće kupuju ribu iz uzgoja (graf 40). Pored cijene, bolja kvaliteta (64 %) i veća / jasnija vidljivost podrijetla (66 %) predstavljaju bitne kriterije u odluci potrošača Slavonije prilikom kupnje.

Graf 40.

P2. Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?
(Slavonija)



Odgovor „ne znam“ je isključen

5.2. Središnja Hrvatska

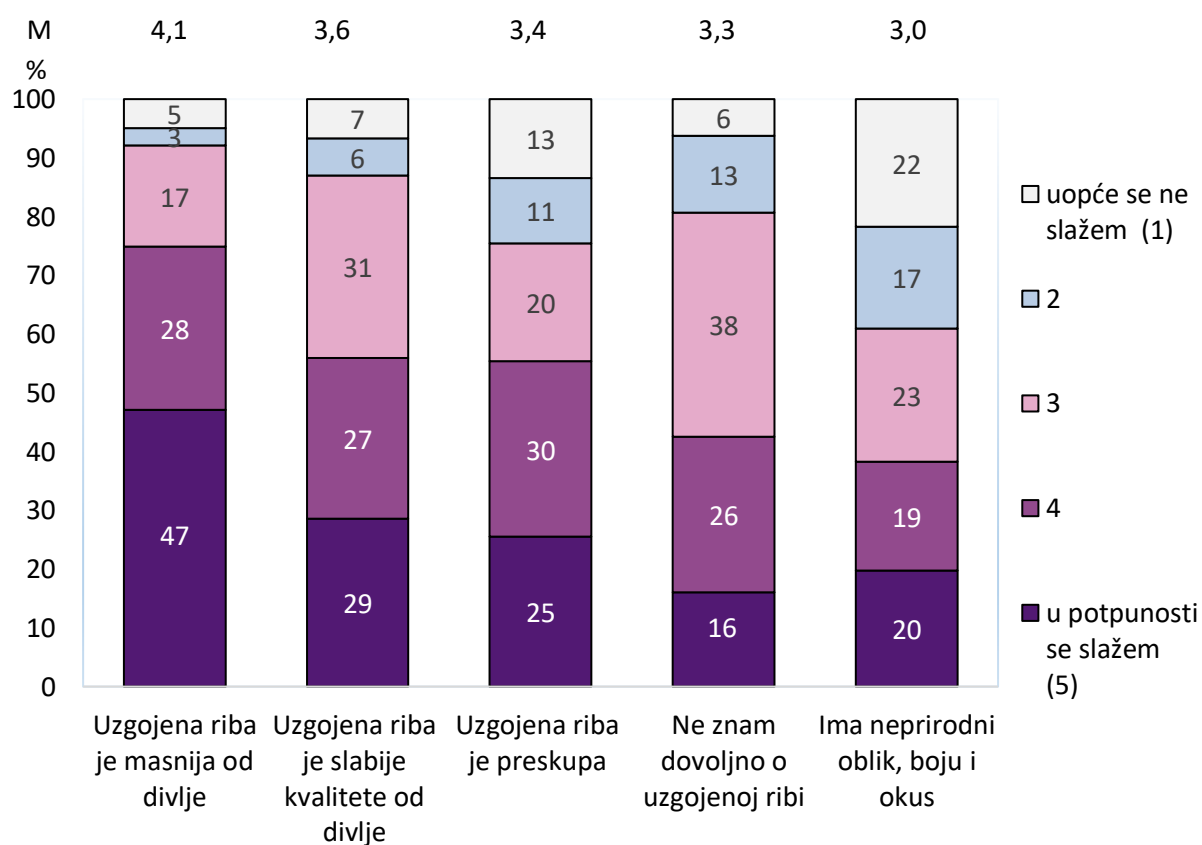
Regija Središnja Hrvatska obuhvaća tri županije; Bjelovarsko-bilogorsku, Karlovačku i Sisačko-moslavačku županiju. Od ukupnog broja anketiranih ispitanika 82 % konzumira ribu, s većim preferencijama prema slatkovodnoj ribi (37 %) i najvećim brojem potrošača koji biraju uzgojenu ribu (24 %) na razini regija. Nešto manje od polovice (42 %) ispitanika iz ove regije konzumira divlju ribu.

5.2.1. Stav o ribi iz uzgoja

Na pitanje o stavu potrošača o ribi iz uzgoja i njenoj kvaliteti u odnosu na divlju ribu, u grafu 41. je vidljivo da većina ispitanika iz Središnje Hrvatske smatra da je riba iz uzgoja masnija (75 %), slabije kvalitete (56 %), ali i skuplja (55 %). Manji dio stanovnika (38 %) ove regije smatra da ima neprirodan okus, miris ili izgled.

Graf 41.

P1. Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njenoj kvaliteti?
(Središnja Hrvatska)

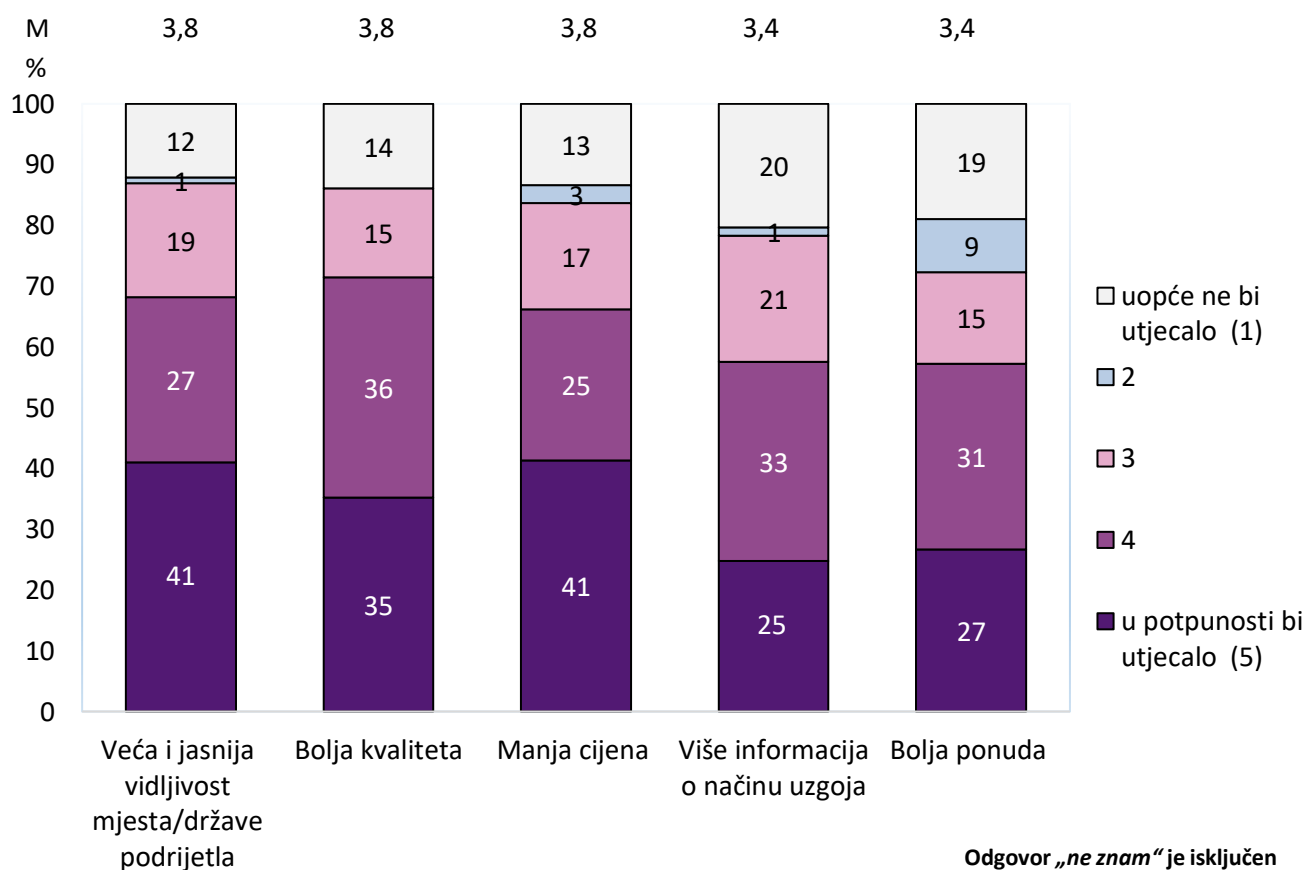


5.2.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja

Graf 42. pokazuje da su vidljivost podrijetla (68 %), bolja kvaliteta (71 %) i manja cijena (66 %) ključni faktori koji bi potaknuli stanovnike Središnje Hrvatske da češće kupuju ribu iz uzgoja.

Graf 42.

P2. Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?
(Središnja Hrvatska)



5.3. Sjeverna Hrvatska

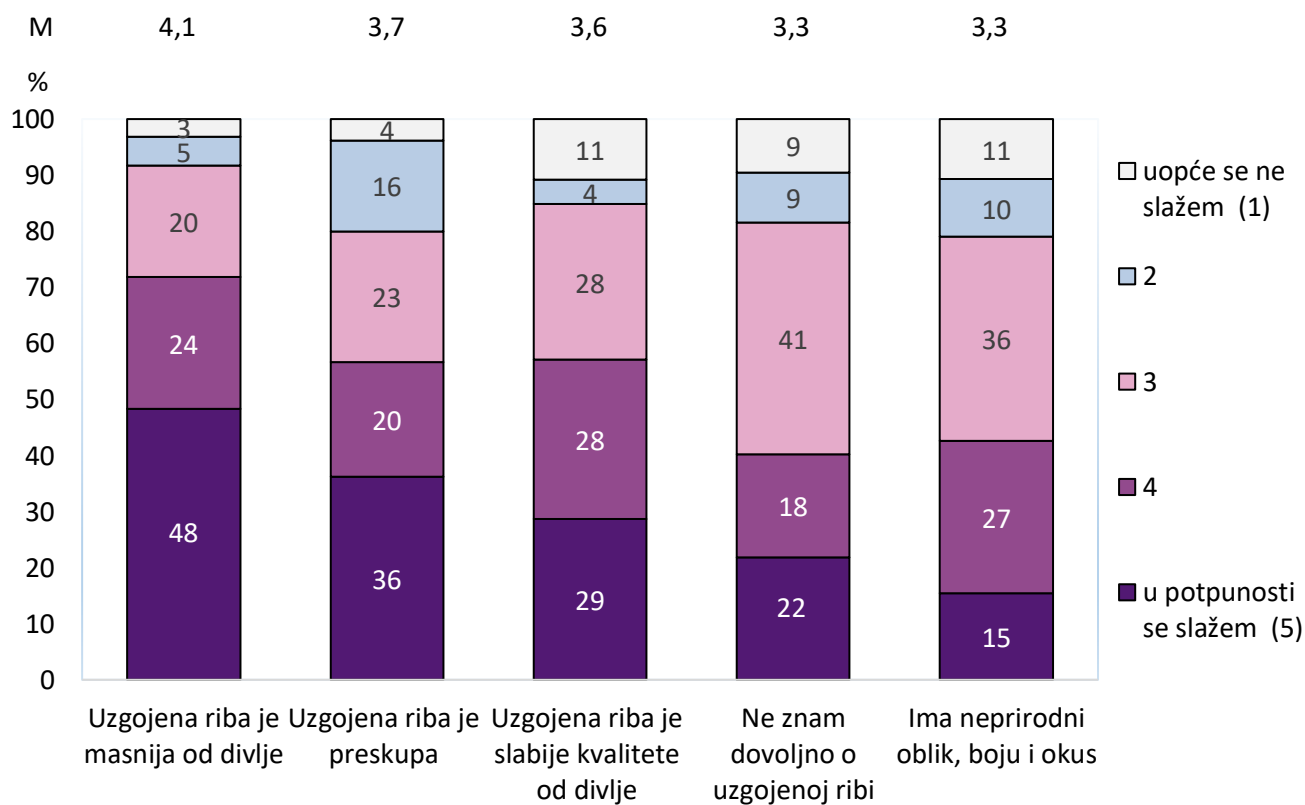
Regija Sjeverna Hrvatska obuhvaća četiri županije; Koprivničko-križevačku, Krapinsko-zagorsku, Međimursku i Varaždinsku županiju. Tri četvrtine anketiranih ispitanika konzumira ribu, od kojih 22 % preferira uzgojenu ribu, 45 % divlju ribu, a trećini je svejedno (33 %).

5.3.1. Stav o ribi iz uzgoja

Na temelju rezultata iz grafa 39. možemo vidjeti da ispitanici Sjeverne Hrvatske natpolovično zaključuju da je riba iz uzgoja masnija, (72 %) preskupa (57 %) i slabije kvalitete (57 %) od divlje. Nešto manje od polovice (43 %) smatra da uzgojena riba ima neprirodan okus, miris i izgled.

Graf 43.

P1. Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njenoj kvaliteti?
(Sjeverna Hrvatska)



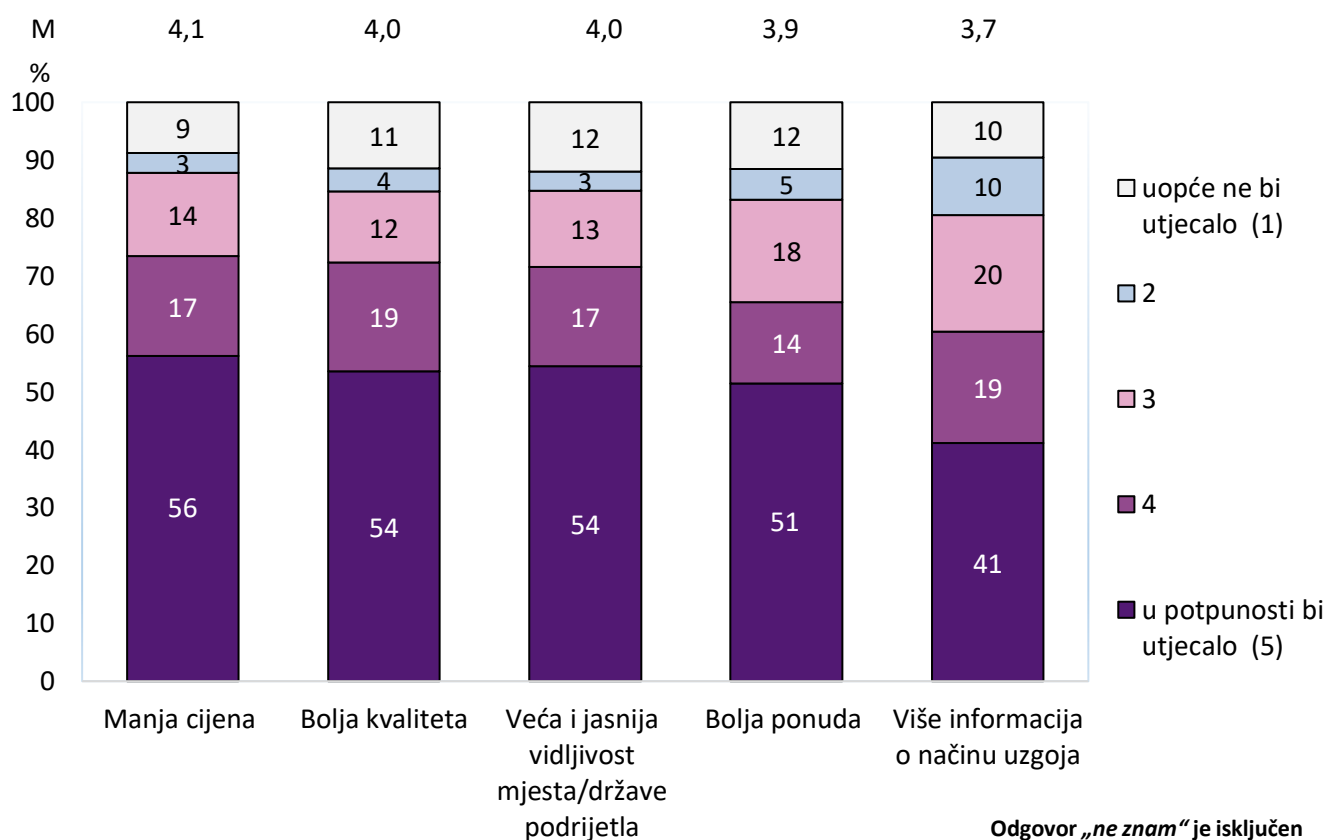
Odgovor „ne znam“ je isključen

5.3.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja

Cijena (73 %), kvaliteta (72 %) i vidljivost države / mjesta podrijetla (72 %) bi najviše utjecali na povećanje kupnje ribe iz uzgoja kod stanovnika Sjeverne Hrvatske (graf 44). Ovi rezultati su ujedno i najizraženiji kada ih uspoređujemo s ostalim regijama.

Graf 44.

P2. Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?
(Sjeverna Hrvatska)



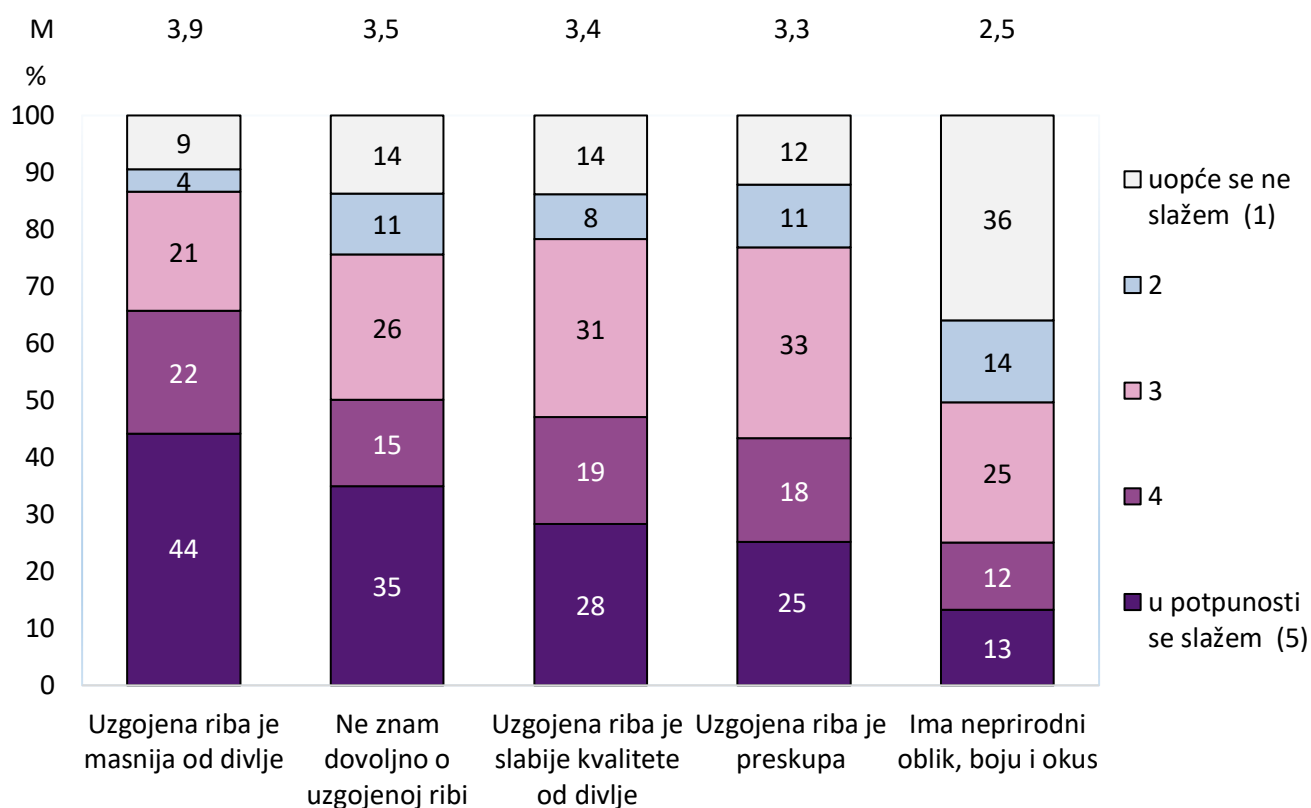
5.4. Zagreb

Regija Zagreb obuhvaća Grad Zagreb i Zagrebačku županiju. Čak 84 % ispitanika konzumira ribu, od kojih manji dio preferira ribu iz uzgoja (8 %). Divlju ribu preferira više od polovice ispitanika (60 %), dok je trećini svejedno.

5.4.1. Stav o ribi iz uzgoja

Tri četvrtine stanovnika regije Zagreb drži da je riba iz uzgoja masnija, dok manje od polovice (47 %) smatra da je slabije kvalitete (43 %), preskupa i neprirodnog izgleda i okusa (25 %) u odnosu na divlju ribu (graf 45). Polovica ispitanika se izjasnilo da ne posjeduje dovoljno informacija o ribi iz uzgoja.

Graf 45.
P1. Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njoj kvaliteti?
(Zagreb)



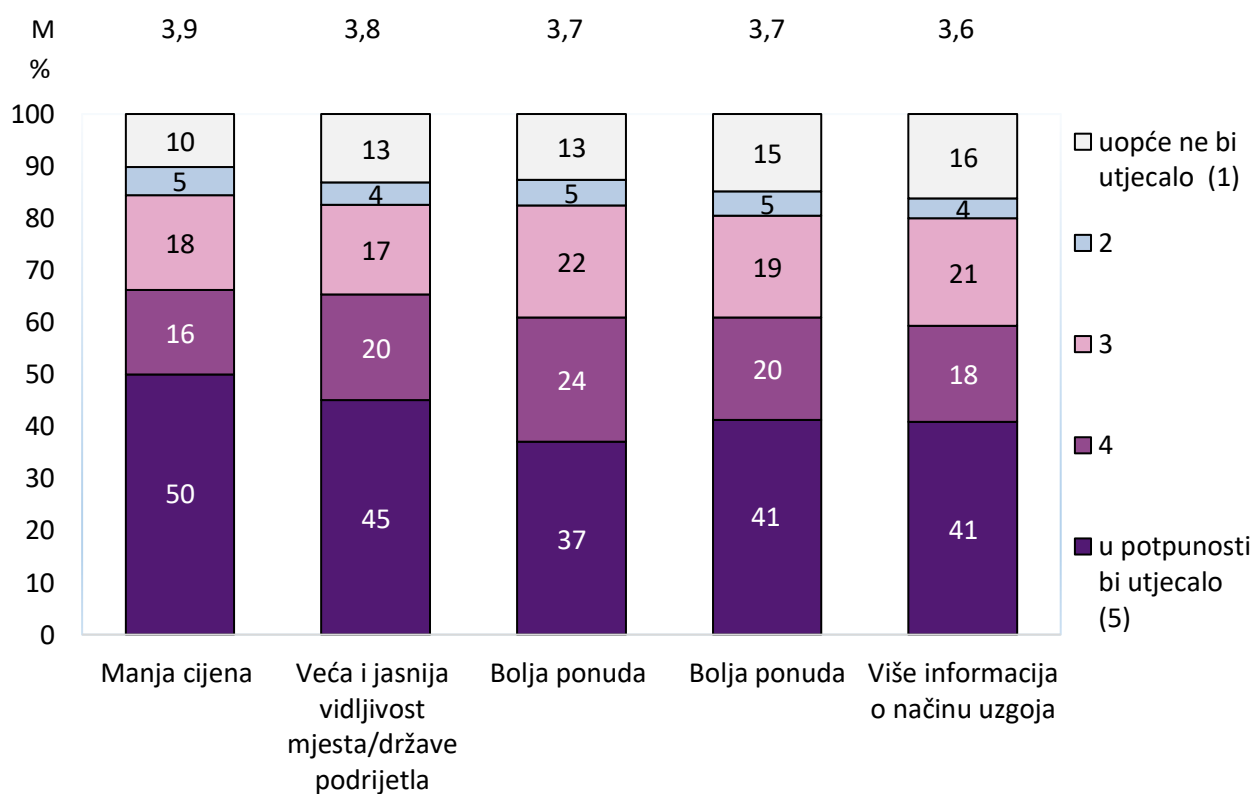
Odgovor „ne znam“ je isključen

5.4.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja

Različiti elementi utječu u sličnom omjeru na odluke ispitanika iz regije Zagreb, s naglašenim trendom utjecaja manje cijene (66 %), vidljivosti mjesta podrijetla (65 %), bolje ponude (61 %) i bolje kvalitete (61 %) na češću kupnju ribe iz uzgoja (graf 46).

Graf 46.

P2. Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?
(Zagreb)



Odgovor „ne znam“ je isključen

5.5. Istra i Primorje

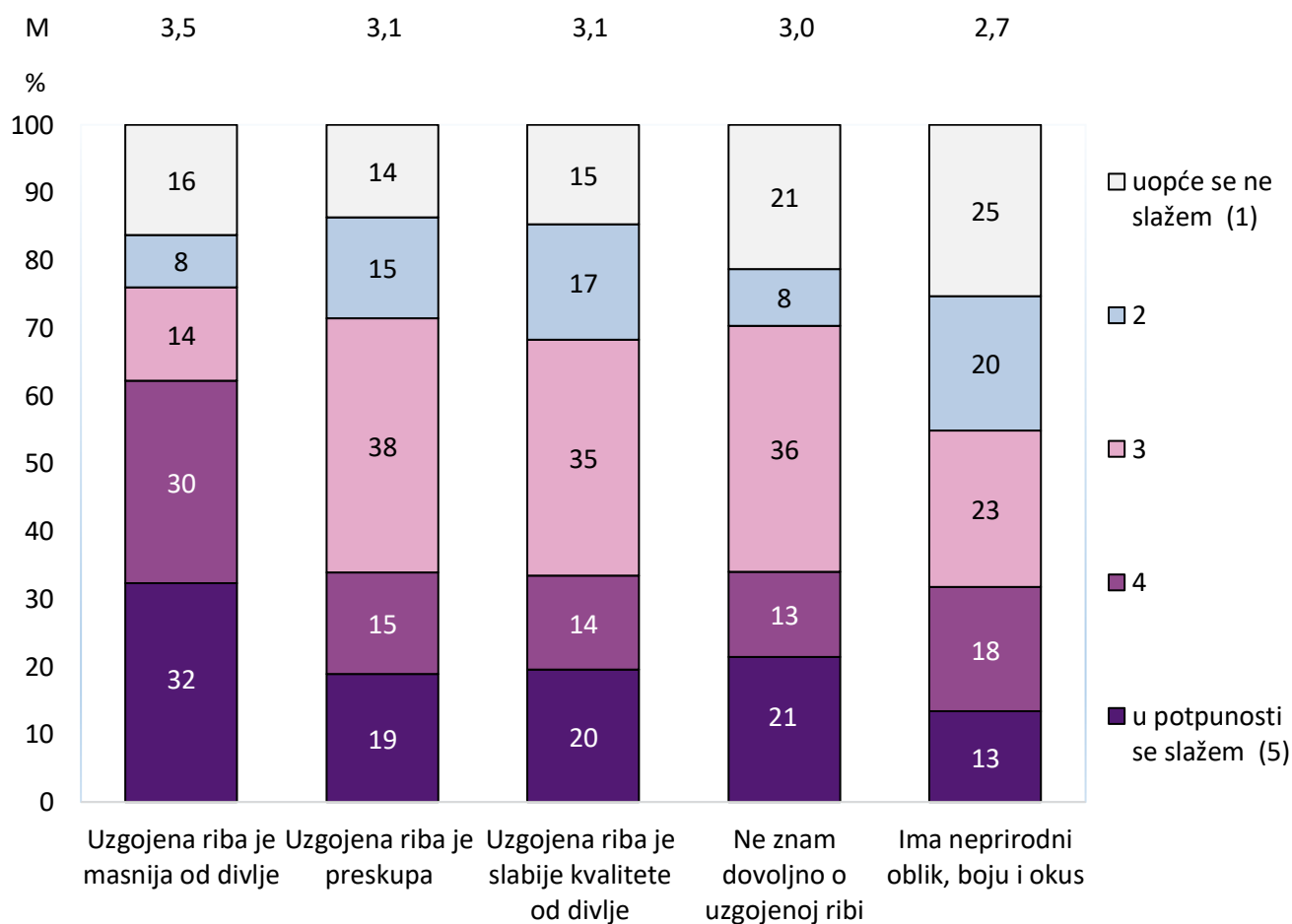
Regija Istra i Primorje zajedno s Dalmacijom tvori jadranske regije, a uključuje Istarsku, Ličko–senjsku i Primorsko–goransku županiju. Čak 97 % ispitanika konzumira ribu, s izuzetno malim postotkom potrošača koji preferira ribe iz uzgoja (6 %). Većina ispitanika radija bira divlju ribu (78%), dok je malom broju svejedno (15 %).

5.5.1. Stav o ribi iz uzgoja

U grafu 47. su prikazani rezultati stavova stanovnika Istre i Primorja o uzgojenoj ribi i njenoj kvaliteti. Stajalište nije znatno drugačije od ispitanika ostalih regija po pitanju tvrdnje da je riba iz uzgoja masnija od divlje (62 %). Manji dio ispitanika smatra da je takva riba preskupa ili da izgleda neprirodno (32 %). Nešto više od trećine (34 %) stanovnika se izjašnjava kao nedovoljno informirani o ribi iz uzgoja.

Graf 47.

P1. Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njenoj kvaliteti?
(Istra i Primorje)

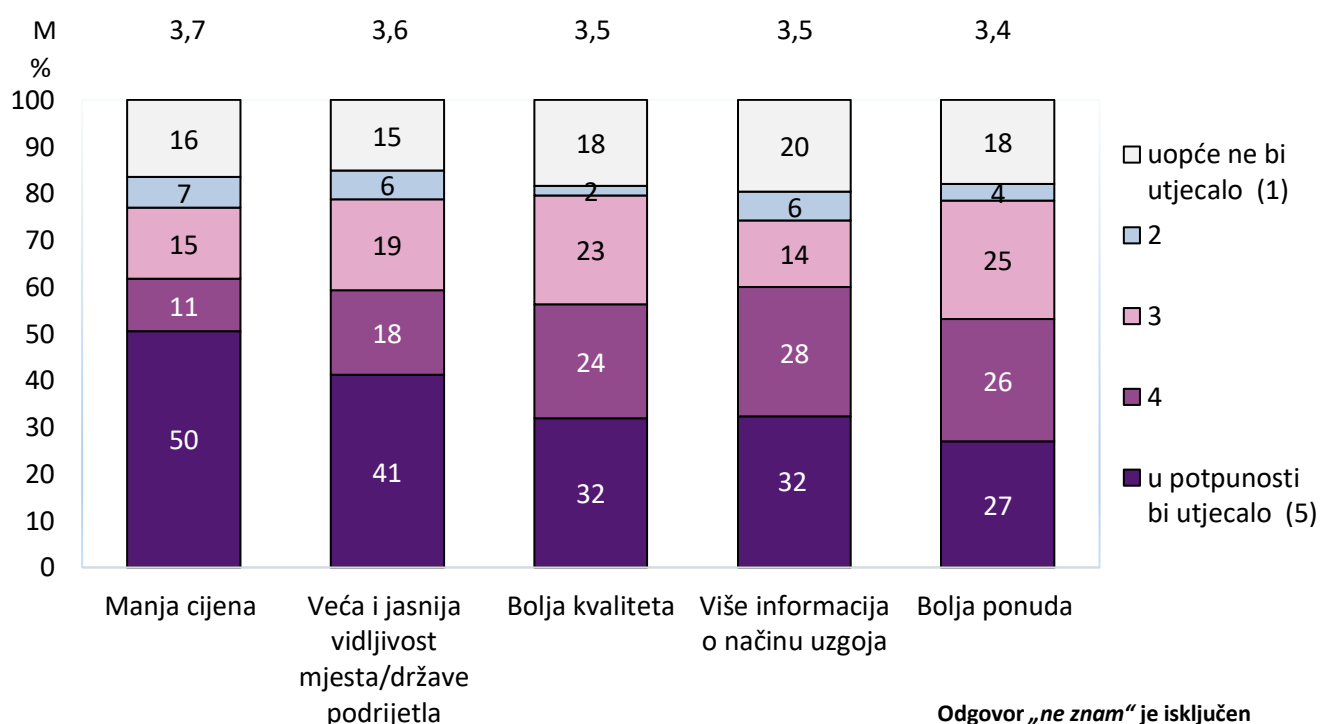


5.5.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja

U Istri i Primorju većina ispitanika (62 %) ističe manju cijenu kao glavni razlog koji bi ih potaknuo da započnu ili da učestalije kupuju ribu iz uzgoja (graf 48). Pored toga, snažan utjecaj na odluku pri kupnji imaju elementi bolje vidljivosti mjesta podrijetla (59 %), bolja kvaliteta (56 %), više informacija o načinu uzgoju (60 %) i bolja ponuda (53 %).

Graf 48.

P2. Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?
(Istra i Primorje)



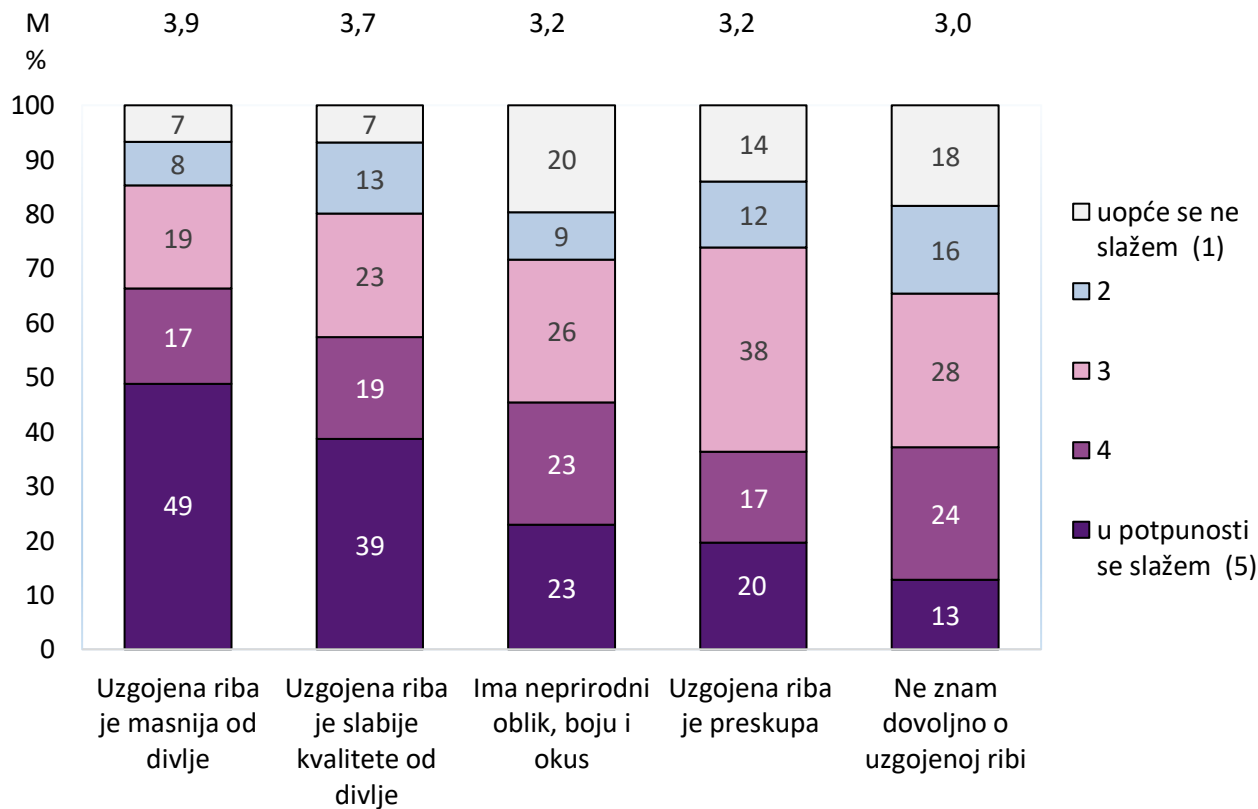
5.6. Dalmacija

Dalmacija je najjužnija regija koja uključuje Dubrovačko-neretvansku, Splitsko-dalmatinsku, Šibensko-kninsku i Zadarsku županiju. Većina ispitanika konzumira ribu (90 %), od koje preferiraju divlju ribu (80 %), Najmanji postotak (5 %) potrošača konzumira ribu iz uzgoja u odnosu na sve promatrane regije.

5.6.1. Stav o ribi iz uzgoja

Potrošači Dalmacije dijele slične stavove o uzgojenoj ribi kao i potrošači Istre i Primorja. U grafu 49. možemo vidjeti da dvije trećine ispitanika iz Dalmacije smatra ribu iz uzgoja masnijom od divlje i da više od polovice (57 %) misli da ima slabiju kvalitetu. Nešto manje od polovice (45 %) ispitanika drži da ima neprirodni oblik, boju i okus i da je preskupa (38 %).

Graf 49.
P1. Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njenoj kvaliteti?
(Dalmacija)



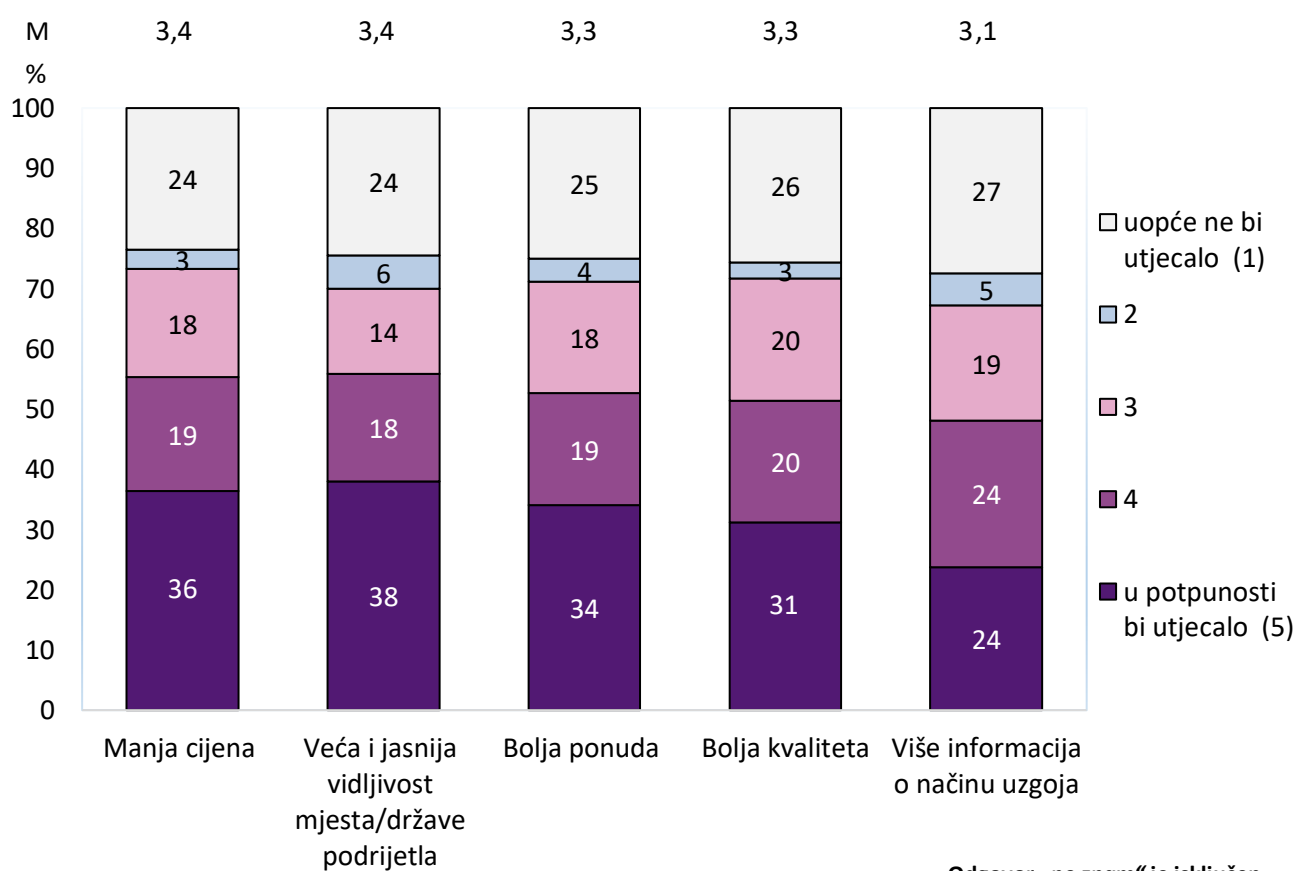
Odgovor „ne znam“ je isključen

5.6.2. Razlozi koji utječu na kupnju ribe iz uzgoja

Zanimljivo je da se četvrtina ispitanika Dalmacije ne slaže sa svim ponuđenim razlozima, te ističu da takvi razlozi uopće ne bi utjecali na njihova stajališta pri kupnji (graf 50). S druge strane, nešto više od polovice smatra da bi ih na češću kupnju ribe iz uzgoja potaknuli razlozi kao što su niža cijena (55 %), bolja vidljivost podrijetla (56 %), bolja ponuda (53 %) i bolja kvaliteta.

Graf 50.

P2. Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili da češće kupujete ribu iz uzgoja?
(Dalmacija)



Odgovor „ne znam“ je isključen

6. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Izveštaj prikazuje rezultate anketnog istraživanja o konzumaciji ribe kod hrvatskih potrošača. Uzevši u obzir geografsku i kulturološku raznolikost Hrvatske, rezultati su analizirani na nacionalnoj i regionalnoj razini. Ovakav pristup sveobuhvatne analize potrošnje ribe kod stanovnika Hrvatske uključuje sveukupno 1 001 ispitanika, od kojih 87 % konzumira ribu. Kako bi se dobili što reprezentativniji rezultati, broj ispitanika po regiji je proporcionalno raspoređen u odnosu na službeni broj stanovnika pojedine regije. Dobiveni ravnomjerni odnos sociodemografskih karakteristika ispitanika i velik uzorak ispitanika daju na dodatnoj relevantnosti dobivenih rezultata.

Hrvatska (sve regije)

Navike, preferencije, stavovi i opće znanje o ribi se razlikuju u pojedinim hrvatskim regijama. Na razini ukupnog uzorka, istraživanje pokazuje da hrvatski potrošači konzumiraju uglavnom svježiu ribu, većinom od 1 do 2 kg po obroku kućanstva, najčešće jednom tjedno i u pravilu kod kuće, dok se konzumacija izvan kuće prakticira svega par puta godišnje. Na temelju procjene bazirane na srednjoj vrijednosti količine konzumacije (kg) i srednjeg broja članova kućanstva, prosječna konzumacija po obroku iznosi 0,41 kg/član.

Uzimajući u obzir da prosječna konzumacija ribe po članu kućanstva iznosi 0,41 kg / po obroku i da se riba najčešće konzumira na tjednoj bazi, možemo zaključiti da godišnja konzumacija za ovu najzastupljeniju skupinu ispitanika iznosi 21,32 kg/per capita, dok je za ostale grupe ispitanika prosječna godišnja konzumacija proporcionalno manja. Važno je istaknuti da u procjeni godišnje konzumacije nisu uključeni odgovori onih grupa ispitanika čiji su odgovori manje zastupljeni, odnosno oni koji češće ili rjeđe konzumiraju više ili manje ribe u kućanstvu s više / manje članova u odnosu na najzastupljenije odgovore ukupnog uzorka.

Hrvatski potrošači su svjesni blagotvornog utjecaja na zdravlje i dobrog okusa ribe, pa tako i djeca konzumiraju ribu u većini kućanstva. Pored rakova, školjki i glavonožaca, domaća riba iz regije je prvi izbor, od koje su oslić i srdela najčešći izbor potrošača. „Domaća“ riba se smatra ukusnijom i kvalitetnijom, te potrošači nastoje pomoći hrvatskim ribarima kupnjom takve ribe. S druge strane, za manji dio potrošača uvozna riba je glavni izbor radi niže cijene i bolje dostupnosti. Nabava ribe se prakticira na ribarnicama, rjeđe u trgovačkim centrima, prvenstveno radi svježine i kvalitete ali i bolje dostupnosti lokacije. Potrošači nemaju velike zamjerke prema ponudi ribe te su uglavnom zadovoljni s ponuđenim, dok ključni element koji utječe na kupnju predstavljaju cijena i svježina riba.

Kad bi birali ribu po podrijetlu između divlje ili uzgojne i morske ili slatkovodne ribe, prvi izbor većine potrošača bi bila divlja, morska riba. Petini ispitanika podrijetlo ribe nije važno. Potrošači su svjesni da riba ima pozitivne utjecaje na zdravlje, a takve informacije su stekli temeljem vlastitog iskustva i navika, ali i utjecaja medija kao što su internet i televizija. Mišljenje o želji za kušanjem novih proizvoda je podijeljeno, s obzirom da polovica iskazuje želju da kuša nešto novo, dok ostali uglavnom ne žele ili su neopredijeljeni po tom pitanju. Cijena je prevladavajući faktor koji bi utjecao na češću konzumaciju kod većine ispitanika. Četvrtina navodi da ih ništa ne bi potaknulo da uključe ribu u svoj jelovnik.

Predrasude o uzgojenoj ribi su široko zastupljene kod hrvatskih potrošača. To potvrđuje zastupljenost najčešće predrasude da je riba iz uzgoja masnija i slabije kvalitete od divlje ribe. Ispitanici uglavnom smatraju da takva riba nije skupa, te da nema previše razlike u izgledu naspram divlje ribe. Zanimljivo je da

više od polovice ispitanika smatra da zna dovoljno o ribi iz uzgoja. Glavni faktori koji bi motivirali potrošače na kupnju ribe iz uzgoja su niža cijena, bolja vidljivost podrijetla i bolja kvaliteta.

Stav o informacijama na deklaracijama je generalno negativan, uzimajući u obzir da većina smatra kako informacije nisu jasne niti razumljive, kao što nisu navedene sve potrebne informacije, dok dostupne informacije ne ulijevaju povjerenje, niti se smatraju relevantnima. Hrvatski potrošači najviše pažnje obraćaju na osnovne informacije na deklaracijama kao što su rok trajanja i podrijetlo, te manjim dijelom da li je riba prethodni bila smrznuta. Ime proizvoda, način na koji je riba ulovljena ili upute za pripremu nisu predmet interesa kod potrošača.

Slavonija

Većina stanovnika Slavonije su pristalice konzumacije svježije ribe, prije svega radi blagotvornog utjecaja na zdravlje i dobrog okusa. Loš okus, nepostojanje navike, visoka cijena i nedostatna ponuda su glavni razlozi što manji dio stanovnika Slavonije ne konzumira ribu uopće. Riba se konzumira jednom tjedno kod kuće, dok se izvan kuće to prakticira svega nekoliko puta godišnje. Na temelju procjene bazirane na srednjoj vrijednosti količine konzumacije (kg) i srednjeg broja članova kućanstva, prosječna konzumacija u slavonskom kućanstvu iznosi 0,45 kg/član. Najomiljenija riba kod potrošača je šaran, dok je lignja najčešći izbor od ostalih skupina proizvoda ribarstva. Tek polovica djece konzumira ribu u slavonskom kućanstvu, što je najmanje u odnosu na druge hrvatske regije. Svježina, kvaliteta, dobra lokacija, ali i navika su glavni razlozi što se riba nabavlja na ribarnicama i u trgovačkim centrima, dok manji dio potrošača ribu lovi sam. Slavonski potrošači nisu izrazito kritični prema ponudi ribe te je smatraju prosječnom. Potrošači preferiraju izričito domaću ribu zbog bolje kvalitete, ali i dostupnosti te namjere da podrže hrvatske ribare. Cijena je glavna prepreka pri kupnji ribe za potrošača u Slavoniji.

Slavonski potrošači radije biraju divlju i slatkovodnu ribu naspram uzgojene i morske. Televizija je glavni način informiranja o povoljnom utjecaju konzumacije ribe, dok manji dio tvrdi da nisu dostatno informirani. Potrošači bi rado kušali nove proizvode ribarstva, ali i češće ih konzumirali pod uvjetom nižih cijena i bolje dostupnosti.

Najčešće predrasude kod potrošača Slavonije o ribi iz uzgoja su da je takva riba masnija od divlje ribe. Također, nešto više od polovice ispitanika smatra da je uzgojena riba previše skupa. Ispitanici većinom smatraju da ne znaju dovoljno o ribi iz uzgoja te se može zaključiti da je to glavni uzrok stečenih predrasuda. Glavni faktori koji bi motivirali potrošače na kupnju ribe iz uzgoja su niža cijena i bolja kvaliteta.

Potrošači u Slavoniji su izrazito kritični prema informacijama na deklaracijama te drže da takve informacije nisu dovoljno razumljive i dostupne. Isto tako, polovica ne vjeruje deklaracijama. Potrošači prvo obraćaju pozornost na rok trajanja i podrijetlo. Na temelju rezultata provedene ankete, način pripreme i alat kojim je riba ulovljena su informacije na deklaracijama na koje nitko ne obraća pozornost.

Središnja Hrvatska

Osam od deset stanovnika Središnje Hrvatske konzumira ribu, od koje je svježija riba prvi izbor za nešto više od polovice potrošača, dok je smrznuta riba nešto manje popularna. Kao i kod potrošača ostalih regija, ispitanici iz ove regije konzumiraju ribu radi okusa i pozitivnog učinka na zdravlje. Manji dio to prakticira radi tradicije i religijskih razloga. Oni ispitanici koji ne konzumiraju ribu navode odgovore „*ne sviđa mi se*“ i „*nepostojanje navike*“ kao glavne razloge za takvu odluku. Zanimljivo je da cijena ne predstavlja bitan razlog za ne konzumiranje ribe, iako više od polovice ispitanika ima mjesečna primanja ispod 2.000 kn.

Od ribljih vrsta, šaran i oslić su podjednako popularni, dok su lignja i hobotnica najpopularniji od glavonožaca. Školjke nisu tražene s obzirom da niti jedan ispitanik nije izrazio takve preferencije. Kod kuće se riba konzumira jednom tjedno, dok petina to radi svega nekoliko puta godišnje. Četiri petine potrošača konzumira ribu izvan kuće rijetko, na godišnjoj bazi. Prosječno kućanstvo konzumira od 1 do 2 kg ribe. Na temelju procjene bazirane na srednjoj vrijednosti količine konzumacije (kg) i srednjeg broja članova kućanstva, prosječna konzumacija u kućanstvu Središnje Hrvatske iznosi 0,40 kg/član. U odnosu na druge regije, najviše djece konzumira ribu u kućanstvima Središnje Hrvatske. Radi svježine i povoljne lokacije riba se kupuje u trgovačkim centrima, rjeđe na ribarnicama, dok nekolicina ribu sama lovi. Dvije trećine potrošača ocijenjuje ponudu ribe prosječnom, dok samo petina drži da je ponuda odlična. Potrošačima je važno da je riba iz Hrvatske jer domaća riba ima bolji okus i bolju cijenu. Kupnja domaće ribe nije povezana s namjerom potpore hrvatskih ribarima ili boljeg omjera cijene i kvalitete. Glavni razlozi koji utječu na nabavu ribe su svježina, kvaliteta i cijena, dok podrijetlo, deklaracija i nutritivna vrijednost ne predstavljaju bitne elemente u odluci potrošača.

Potrošači Središnje Hrvatske radije biraju divlju slatkovodnu ribu nego morsku i uzgojenu ribu ili im je svejedno. Informacije o pozitivnom učinku konzumacije ribe na zdravlje se stječu preko vlastitog iskustva i navika, ali i preko medija koji uključuju televiziju i internet. Obitelj, prijatelji i ribar/prodavač nemaju bitnu ulogu pri informiranju o beneficijama konzumacije ribe. Većina potrošača nema želju kušati nove proizvode ribarstva. Kao i u ostalim regijama, cijena je ono što bi motiviralo potrošače na češću konzumaciju ribe. Zanimljivo je da nešto manje od polovice drži da ih ništa ne bi motiviralo na češću konzumaciju.

Glavna predrasuda ispitanika Središnje Hrvatske je da je riba iz uzgoja masnija, preskupa i manje kvalitetna od divlje. Većina smatra da zna dovoljno o ribi iz uzgoja. Ono što bi utjecalo na odluku kupnje ribe iz uzgoja su bolja vidljivost podrijetla, kvaliteta, niža cijena i šira ponuda takve ribe. Potrošači iz ove regije su sumnjičavi po pitanju istinitosti informacija na deklaracijama te smatraju da takve informacije nisu razumljive niti u potpunosti dostupne. Rok trajanja i podrijetlo su najbitnije informacije. Zanimljivo je da je manji broj potrošača, ali najveći u odnosu na ostale regije, istaknuo kako smatra način pripreme proizvoda ribarstva kao izuzetno bitnu stavku na deklaracijama.

Sjeverna Hrvatska

Većina potrošača Sjeverne Hrvatske konzumira ribu radi zdravlja i dobrog okusa, a manjim dijelom radi tradicije i religije. U odnosu na druge regije, ovdje se najviše konzumiraju smrznuti proizvodi ribarstva. Oslić je najpopularnija riblja vrsta, dok se od ostalih skupina proizvoda ribarstva najčešće konzumira lignja i hobotnica. Kod kuće se riba konzumira jednom tjedno, od 1 do 2 kg ili manje od 1 kg po kućanstvu.

Na temelju procjene bazirane na srednjoj vrijednosti količine konzumacije (kg) i srednjeg broja članova kućanstva, prosječna konzumacija u kućanstvu Sjeverne Hrvatske iznosi 0,35 kg/član – što je ujedno najmanja prosječna količina u svim istraživanim regijama.

Samo desetina potrošača konzumira ribu izvan kuće na tjednoj bazi, dok ostali to prakticiraju svega nekoliko puta godišnje. U pravilu, djeca konzumiraju ribu u većini kućanstava. Trgovački centri su glavno mjesto nabave ribe radi dobre lokacije i navike. Stanovnici Sjeverne Hrvatske dijele mišljenje sa stanovnicima ostalih regija po pitanju ponude ribe te je ocijenjuju prosječnom. Potrošačima je najvažnije da je riba iz Hrvatske, no ne nužno iz regije, jer smatraju da takva riba ima bolji okus, kvalitetu i povoljniju cijenu. Na kupnju ribe najviše utječu cijena, a tek onda svježina i kvaliteta, što se može povezati sa slabom platežnom moći potrošača ove regije.

Potrošači Sjeverne Hrvatske biraju divlju i slatkovodnu ribu o čijem povoljnom utjecaju dobivaju informacije preko televizije i interneta. Interes za kušanjem novih proizvoda ribarstva je najmanji u odnosu na ostale regije. Uzimajući u obzir slabu financijsku moć, nije iznenađujuće da je niža cijena glavni element koji bi potaknuo potrošače na češću konzumaciju.

Uzgojna riba se smatra masnijom i skupljom od divlje, te iz toga proizlaze odgovori da bi povoljnija cijena i bolja kvaliteta utjecali na češću nabavu takve ribe.

Generalni stav o informacijama na deklaracijama je umjereno kritičan, odnosno mišljenja su podijeljena vezano za dostupnost i jasnoću svih potrebnih informacija na deklaracijama, ali i istinitost istih. Rok trajanja je najvažnija informacija na proizvodima ribarstva za većinu potrošača.

Zagreb

Regija Zagreb koja uključuje grad Zagreb i Zagrebačku županiju ima većinu ispitanika koji konzumiraju ribu zbog zdravlja i dobrog okusa, ali i tradicije i religije. Manji broj onih koji ne konzumiraju ribu to prakticiraju jer ribu ne vole i nemaju naviku. Uglavnom se konzumira svježa riba od koje su najčešći izbor oslić i srdela. U prosjeku, kod kuće se riba jede jednom ili nekoliko puta tjedno, dok to izvan kuće prakticira najveći broj potrošača u odnosu na druge regije – nešto više od trećine ispitanika to čini jednom mjesečno ili češće.

Na temelju procjene bazirane na srednjoj vrijednosti količine konzumacije (kg) i srednjeg broja članova kućanstva, prosječna konzumacija u kućanstvu regije Zagreb iznosi 0,38 kg/član. Tri četvrtine kućanstava s djecom konzumira uglavnom ribu hrvatskog podrijetla koja se uglavnom kupuje na ribarnicama zbog dobre lokacije i svježine ribe. Zanimljivo je da potrošači ocjenjuju ponudu proizvoda ribarstva na mjestima kupovine najraznolikijom za razliku od drugih regija. Cijena predstavlja ključni faktor pri odluci o kupnji ribe.

Potrošači regije Zagreb uglavnom traže divlju, morsku ribu, dok trećini to nije važno. Informacije o pozitivnim učincima na ljudsko zdravlje se dobivaju ili preko vlastitog iskustva i navike, ili preko medija.

Većina ispitanika je zainteresirano za kušanje novih proizvoda ribarstva te smatraju da bi povoljnija cijena i bolja ponuda na prodajnim mjestima utjecali na češću kupnju.

Polovica drži da ne zna dovoljno o ribi iz uzgoja, što može biti uzrok prevladavajućeg stava kako je takva riba masnija i slabije kvalitete od divlje. Niža cijena i bolja vidljivost podrijetla potaknuli bi većinu potrošača na kupnju ribe iz uzgoja.

Da su informacije na deklaracijama jasne, dostupne i istinite smatra trećina potrošača koji ističu da rok trajanja i podrijetlo predstavljaju najvažnije informacije.

Istra i Primorje

Tradicionalno, učestalost konzumacije ribe ima veću uzlaznu tendenciju na obalnim područjima što potvrđuju i rezultati ovog istraživanja, gdje većina stanovnika jadranskih regija konzumira ribu. Ispitanici Istre i Primorja konzumiraju ribu u najvećem postotku u odnosu na druge regije jer smatraju da ima odličan okus i da je zdrava. Najčešće se konzumira svježa riba, od koje je srdela najučestalija na jelovniku. Učestalost konzumacije kod kuće je najčešće 2–3 puta tjedno, dok samo petina potrošača to prakticira izvan kuće. Na temelju procjene bazirane na srednjoj vrijednosti količine konzumacije (kg) i srednjeg broja članova kućanstva, prosječna konzumacija u kućanstvu Istre i Primorja iznosi 0,42 kg/član. Većina djece u kućanstvu konzumira ribu koja se tradicionalno nabavlja na ribarnicama, prvenstveno radi svježine i kvalitete. Stanovnici Istre i Primorja su zadovoljni ponudom ribe na prodajnim mjestima, te uglavnom traže

ribu iz vlastite regije ili Hrvatske radi bolje kvalitete i dostupnosti, ali i radi stečenih navika i potpore domaćim ribarima. Cijena i kvaliteta su glavni kriteriji pri obavljanju kupnje.

Divlja i morska riba je izbor za 4/5 potrošača. Glavni izvor informacija o pozitivnim učincima ribe na zdravlje predstavljaju vlastito iskustvo i navike, a rjeđe mediji. Polovica potrošača iskazuje želju za kušanjem novih proizvoda ribarstva, a povoljnija cijena bi najviše utjecala na učestaliju kupnju.

Stanovnici ove regije smatraju da su, uz stanovnike Dalmacije, najinformiraniji o ribi iz uzgoja. Pored toga što većina smatra da je riba iz uzgoja masnija, trećina drže da takva riba nije slabije kvalitete ili preskupa. Prevladavajući stav potrošača je da cijena utječe na kupnju uzgojene ribe.

Generalni stav o informacijama na deklaracijama je prosječan – mišljenja potrošača su ravnomjerno podijeljena po pitanju jasnoće, dostupnosti i istinitosti informacija. Pored najvažnijih informacija o roku trajanja i podrijetlu, potrošači obraćaju pozornost da li je proizvod bio prethodno smrznut.

Dalmacija

Rezultati anketnog ispitivanja u Dalmaciji su statistički slični onima u Istri i Primorju. Devet od deset potrošača Dalmacije konzumira ribu radi dobrog okusa i povoljnog utjecaja na zdravlje. Svi ispitanici konzumiraju svježu ribu, od kojih je srdela najčešća riblja vrsta na jelovniku. Od ostalih skupina proizvoda ribarstva, potrošači konzumiraju najčešće hobotnicu, lignju i dagnje. U Dalmaciji se riba jede kod kuće najčešće od 2 do 3 puta tjedno, dok 4/5 potrošača jede ribu minimalno jednom tjedno. Po kućanstvu se konzumira od 1 do 2 kg po obroku. Riba se ne prakticira jesti izvan kuće. Na temelju procjene bazirane na srednjoj vrijednosti količine konzumacije (kg) i srednjeg broja članova kućanstva, prosječna konzumacija u kućanstvu Dalmacije iznosi 0,43 kg/član. Djeca redovito konzumiraju ribu koja se tradicionalno kupuje na ribarnicama ili direktno kod ribara, a manji broj potrošača sam lovi ribu koju konzumira. Preferirana mjesta nabave se biraju radi provjerene kvalitete i svježine ribe, kao i zbog lokacije i navike. Stanovnici regije Dalmacija su kritičniji prema ponudi ribe u odnosu na ostale regije te uglavnom smatraju ponudu prosječnom ili lošom. Također, radije kupuju ribu podrijetlom iz Hrvatske ili vlastite regije jer ima bolji okus i kvalitetu, ali i radi potpore lokalnim ribarima. Svježina, kvaliteta i cijena imaju glavni utjecaj na odluku potrošača pri kupnji proizvoda ribarstva.

Dalmatinski potrošači najčešće konzumiraju divlju i morsku ribu o čijem se povoljnom utjecaju na zdravlje informiraju preko vlastitog iskustva i navika, a rjeđe preko medija. Polovica ispitanika je spremna kušati nove proizvode, gdje ključnu ulogu za češću konzumaciju ima cijena.

Stanovnici Dalmacije smatraju da je uzgojena riba masnija i slabije kvalitete od divlje, te da znaju dovoljno o takvoj ribi. Niža cijena i bolja vidljivost podrijetla bi potaknula većinu potrošača na češću nabavu ribe iz uzgoja.

Stav potrošača o informacijama na deklaracijama je negativan, s obzirom da čak polovica ne vjeruje prikazanim informacijama. Kao i u ostalim istraživanim regijama, rok trajanja i podrijetlo su najvažnije informacije za potrošače ove regije.

ANEKS 1: Anketni upitnik istraživanja

LEGENDA:

JO: na pitanje je moguće dati samo jedan odgovor

VO: na pitanje je moguće dati više odgovora

UO= pitanje na koje je potrebno upisati odgovor / nema ponuđene liste odgovora (*numeric* = moguće je upisati isključivo brojeve)
string = moguće je upisati i slova i brojeve

IF = uvjet / označava uvjet koji mora biti zadovoljen kako bi se prikazalo pitanje

NAVIKE POTROŠAČA U KONZUMACIJI PROIZVODA RIBARSTVA I AKVAKULTURE

INTRO Dobar dan, večer! Ja sam _____ (IME ANKETARA). U suradnji s Ministarstvom poljoprivrede RH provodimo jedno zanimljivo istraživanje o Vašim navikama i mišljenjima vezanim uz konzumacije ribe.

P1. *Konзумirate li Vi osobno **proizvode ribarstva**, a to su: slatkovodne / morske ribe, školjke, rakove, lignje, hobotnice i ostalo, bez obzira je li riječ o svježim, smrznutim, konzerviranim proizvodima ili proizvodima prerađenima na neki drugi način? (JO)*

1. da
2. ne

INTRO 1: U nastavku ankete, izraz „*proizvodi ribarstva*“ koristit će se za **sve** navedene proizvode.

P2. (IF P1=2) *Zašto ne konzumirate proizvode ribarstva?* **NE ČITATI! PUSTITI ISPITANIK DA NAVEDA RAZLOGE (VO)**

1. preskupo
2. teško za jesti / previše kostiju
3. ne volim ih / ne sviđa mi se miris/okus
4. alergičan / na sam na njih
5. komplicirano za pripremu / ne znam pripremiti
6. nemogućnost kupnje – nema ponude u blizini
7. ponuda nije zadovoljavajuća / loša kvaliteta i/ili širina ponude
8. netko drugi u kućanstvo odbija ribu (jesti i/ili pripremati)
9. nemam naviku
10. ostalo, što? _____ (**UO, string**)
11. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P3. (IF P1=1) *Zašto konzumirate proizvode ribarstva?* (VO) **NE ČITATI! PUSTITI ISPITANIK DA NAVEDA RAZLOGE**

1. povoljne cijene
2. sviđa mi se okus / volim to jesti
3. jednostavno za pripremu
4. zdravo
5. tradicija i religija
6. jednostavno za nabaviti / dostupno
7. dobra kvaliteta i/ili širina ponuda
8. imamo naviku pripremanja u kućanstvu / navika
9. ostalo, što? _____ (**UO, string**)
10. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P4. (IF P1=1) *Koje vrste proizvoda ribarstva najčešće konzumirate – svježe, smrznute ili konzervirane/prerađene? (JO)+(VO)*

1. svježe
2. smrznute
3. konzervirane / prerađene

P5. (IF P1=1) *Koju vrstu ribe najčešće konzumirate? (VO) NE ČITATI! PUSTITI ISPITANIK DA NAVEDI VRSTU!*

1. amur
2. arbun
3. bakalar
4. brancin/lubin/agač/smudut
5. cipal
6. fratar/baraj
7. gira/manula
8. glavaš
9. gof
10. grdobina/rošpa
11. inćun
12. jegulja
13. kovač/šampjer
14. list/švoja
15. lokarda
16. losos
17. mačka
18. orada/komarča/lovrata/podlanica
19. oslić/mol
20. pagar
21. palamida
22. papalina
23. pas
24. pic
25. raža
26. sabljarka
27. salpa
28. skuša
29. smuđ
30. som
31. srdela
32. šaran
33. škarpina
34. šarpun
35. štika
36. trlja
37. tuna

38. ugor/grug
39. ušata
40. zubatac
41. nešto drugo, što? _____ (UO, string)
42. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P6.1. (IF P1=1) Konzumirate li radije ribu ili ostale proizvode ribarstva? (JO)

1. ribu
2. ostale proizvode
3. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P6.2. (IF P1=1 & IF P6_1=2) Koje vrste proizvoda ribarstva konzumirate radije od ribe? (VO)

1. dagnja/mušula/pidoča
2. kamenica/oštriga
3. jakobova kapica
4. gropa/vongola/brbavica
5. kunjka
6. jastog
7. hlap/rarog
8. rakovica/grancigula
9. grmalj
10. kozica/gamber
11. totan/lignjun
12. sipa
13. hobotnica
14. muzgavac/mušun
15. nešto drugo, što? _____ (UO, string)
16. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P7. Koliko često Vi osobno konzumirate proizvode ribarstva kod kuće i izvan – svaki dan, 2–3 puta tjedno, jednom tjedno, 2–3 mjesečno, jednom mjesečno, ili nekoliko puta godišnje / rjeđe?

	Svaki dan	2-3 puta tjedno	1 x tjedno	2-3 x mjesečno	1 x mjesečno	Nekoliko puta godišnje ili rjeđe	ne mogu procijeniti
Konzumacija kod kuće	1	2	3	4	5	6	9
Konzumacija izvan kuće	1	2	3	4	5	6	9

P8. (IF P1=1) Koju količinu proizvoda ribarstva Vi i Vaše cjelokupno kućanstvo konzumirate za jedan obrok? (JO)

1. manje od 1 kg
2. 1 – 2 kg
3. 2 – 3 kg

4. 3 – 4 kg
5. više od 4 kg
6. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P9. (IF P1=1) Ako imate djece u Vašem kućanstvu, konzumiraju li oni proizvode ribarstva? (JO)

1. da
2. ne
3. djelomično / neka od njih da, neka ne
4. nema djece u kućanstvu

P10. (IF P1=1) Na kojim mjestima najradije nabavljate proizvode ribarstva? (JO)+(VO) NE ČITATI! PUSTITI ISPITANIK DA NAVEDA RAZLOGE

1. trgovački centar
2. lokalna trgovina
3. ribarnica / ribarnica na tržnici / tržnica
4. direktno kod ribara
5. riba koju ulovim
7. ostalo, što? _____ (UO, string)
9. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P11. (IF P1=1) Zašto nabavljate baš na tim mjestima? (VO) NE ČITATI! PUSTITI ISPITANIK DA NAVEDA RAZLOGE

1. povoljna cijena
2. svježina i kvaliteta
3. dobra ponuda / širina ponude
4. dobra lokacija (blizina kuće, dostupnost parking mjesta, usput mi je itd.)
5. navika
6. ostalo, što? _____ (UO, string)
7. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P12. (IF P1=1) Kako općenito ocjenjujete ponudu proizvoda ribarstva? (JO)

1. slaba ponuda
2. prosječna ponuda
3. odlična ponuda
4. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P13. (IF P1=1) Odakle su najčešće proizvodi ribarstva koje uobičajeno kupujete? (JO)

1. domaći – vlastita regija u HR / lokalni
2. domaći – Hrvatska
3. uvoz iz EU zemalja
4. uvoz iz zemalja izvan EU
5. svejedno mi je

P14. (IF P1=1) Koji su razlozi takvog Vašeg odabira? (VO)

1. bolja cijena
2. bolja kvaliteta i okus
3. bolji odnos cijene i onoga što dobivam za tu cijenu
4. bolji izbor / šira ponuda – više vrsta ribe i sl.
5. dostupnost
6. navika / prethodno iskustvo
7. podrška lokalnim ribarima / uzgajivačima i očuvanju radnih mjesta
8. neki drugi razlog, što? _____ **(UO, string)**
9. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P15. (IF P1=1) Koji faktori najviše utječu na to hoćete li kupiti proizvode ribarstva ili nećete? (VO)

1. dostupnost
2. mogućnost izbora
3. lokacija/ da mi je usput
4. svježina i kvaliteta
5. cijena
6. jednostavnost pripreme -očišćeno, filetirano, polugotovi proizvod i slično
7. kvaliteta deklaracije
8. zemljopisno podrijetlo
9. metoda proizvodnje - uzgoj/ulov
10. nutritivna vrijednost ribe
11. nešto drugo, što? _____ **(UO, string)**
12. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

STAV POTROŠAČA PREMA PROIZVODIMA RIBARSTVA**P1. (IF P1=1) Konzumirate li radije divlju ili uzgojenu ribu? (JO)**

1. divlju
2. uzgojenu
3. svejedno mi je

P2. (IF P1=1) Konzumirate li radije morsku ili slatkovodnu ribu? (JO)

1. morsku
2. slatkovodnu
3. svejedno mi je

P3. (IF P1=1) Preko kojih ste se sve kanala informiranja upoznali s važnošću konzumiranja proizvoda ribarstva? (VO)

1. televizija
2. radio
3. novine

4. internet
5. ribar/prodavač
6. prijatelji, rodbina, obitelj
7. liječnik
8. vlastito iskustvo i stečene navike
9. drugi izvor, koji? _____ (UO, string)
9. nisam informiran/a o važnosti konzumiranja ribe i ostalih proizvoda
10. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P4. (IF P1=1) Jeste li zainteresirani za isprobavanje novih proizvoda ribarstva? (JO)

1. da
2. ne
3. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

P5. (IF P1=1) Što bi vas potaknulo na češću konzumaciju proizvoda ribarstva? (VO)

1. bolja dostupnost u trgovinama
2. bolja dostupnost u hotelima/restoranima
3. niže cijene
4. bolja dostupnost informacije o utjecaju prehrane ribom na zdravlje
5. istaknuta oznake kvalitete ili porijekla
6. više informacija o receptima i načinima pripreme ribe
7. uvođenja specijalnih edukativnih tečajeva o pripremi ribe za jelo
8. ništa / nemam ju potrebu konzumirati češće
9. nešto drugo, što? _____ (UO, string)
10. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

OPĆENITO ZNANJE O RIBI IZ UZGOJA

P1. (IF P1=1) *Koji je Vaš stav o uzgojenoj ribi i njejoj kvaliteti?* Procijenite svoje slaganje s navedenim tvrdnjama na skali od 1=uopće se ne slažem do 5= u potpunosti se slažem. (JO za svaku tvrdnju)

Obilježja	uopće se ne slažem (1)	2	3	4	u potpunosti se slažem (5)	ne znam / ne mogu procijeniti
Uzgojena riba je masnija od divlje	1	2	3	4	5	9
Uzgojena riba je slabije kvalitete od divlje	1	2	3	4	5	9
Ima neprirodni oblik, boju i okus	1	2	3	4	5	9
Preskupa	1	2	3	4	5	9
Ne znam dovoljno o uzgojenoj ribi	1	2	3	4	5	9

P2. (IF P1=1) Što bi Vas potaknulo da počnete kupovati ili češće kupujete ribu iz uzgoja? Za svaki element procijenite koliko bi vas potaknuo od 1= uopće ne bi utjecalo do 5= u potpunosti bi utjecalo (**JO** za svako obilježje)

Obilježja	uopće ne bi utjecalo (1)	2	3	4	u potpunosti bi utjecalo (5)	ne znam / ne mogu procijeniti
Manja cijena	1	2	3	4	5	9
Bolja kvaliteta	1	2	3	4	5	9
Bolja ponuda	1	2	3	4	5	9
Veća i jasnija vidljivost mjesta/države podrijetla	1	2	3	4	5	9
Više informacija o načinu uzgoja	1	2	3	4	5	9

STAV POTROŠAČA PREMA INFORMACIJAMA O PROIZVODIMA RIBARSTVA

P1. (IF P1=1) Koji je Vaš stav o *informacijama koje su dostupne na deklaracijama proizvoda ribarstva*? Procijenite svoje slaganje s navedenim tvrdnjama na skali od 1=uopće se ne slažem do 5= u potpunosti se slažem. (**JO** za svaku tvrdnju)

Obilježja	uopće se ne slažem (1)	2	3	4	u potpunosti se slažem (5)	ne znam / ne mogu procijeniti
Informacije su jasne i lako razumljive	1	2	3	4	5	9
Vjerujem informacijama koje pročitam na proizvodima	1	2	3	4	5	9
Na proizvodima su obično dostupne sve potrebne i važne informacije	1	2	3	4	5	9

P2. Koju informaciju dostupnu na proizvodima ribarstva smatrate najvažnijom? (**JO**)

1. datum trajnosti
2. naziv i vrsta
3. je li proizvod bio prethodno smrznut
4. je li proizvod iz uzgoja ili ulova
5. o korištenom ribolovnom alatu
6. o području ulova ili zemlji podrijetla
7. način pripreme
8. [NE ČITATI!] ne znam / bez odgovora

SOCIODEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE ISPITANIKA

P1. *Spol?* (**JO**, Ne čitati, samo zabilježite odgovor)

1. muško
2. žensko

P2. Koliko imate godina? (JO)

1. 15 do 24 godine
2. 25 do 34 godine
3. 35 do 44 godine
4. 45 do 54 godine
5. 55 do 64 godine
6. 65 i više godina
7. [NE ČITATI!] bez odgovora

P3. Koji je Vaš najviši završeni stupanj obrazovanja? (JO)

1. bez osnovne škole ili nezavršena osnovna škola
2. završena osnovna škola
3. završena srednja škola do 3 godine (KV, VKV, zanat)
4. završena srednja škola s maturom (gimnazija)
5. završena viša škola
6. prvostupnik
7. završen fakultet (VII stupanj)
8. magisterij / doktorat
9. [NE ČITATI!] bez odgovora

P4. Koja od sljedećih kategorija najbolje opisuje Vaš trenutni radni status? (JO)

1. zaposlen/a na puno radno vrijeme (30 ili više sati tjedno)
2. zaposlen/a na pola radnog vremena (8 do 29 sati tjedno)
3. student/ica
4. učenik/ica
5. umirovljenik/ica
6. nezaposlen/a
7. kućanica
8. [NE ČITATI!] bez odgovora

P5. Koliko u kunama iznosi Vaš osobni prosječni mjesečni neto prihod, uključujući sve vrste redovnih i dodatnih prihoda? (JO)

1. bez prihoda
2. do 1.000 kn
3. 1.001 do 2.000 kn
4. 2.001 do 3.000 kn
5. 3.001 do 4.000 kn
6. 4.001 do 5.000 kn
7. 5.001 do 6.000 kn
8. 6.001 do 7.000 kn
9. 7.001 do 8.000 kn
10. 8.001 do 10.000 kn
11. 10.001 do 12.000 kn

12. više od 12.000 kn
13. [NE ČITATI!] bez odgovora

P6. *Koliko osoba živi Vašem kućanstvu, uključujući i Vas? (JO)*
(UO, numeric) _____

P7. *U kojoj županiji živite? (JO)*

1. grad Zagreb
2. Zagrebačka županija
3. Krapinsko-zagorska županija
4. Sisačko-moslavačka županije
5. Karlovačka županija
6. Varaždinska županija
7. Koprivničko-križevačka županija
8. Bjelovarsko-bilogorska županija
9. Primorsko-goranska županija
10. Ličko-senjska županija
11. Virovitičko-podravska županija
12. Požeško-slavonska županija
13. Brodsko-posavska županija
14. Zadarska županija
15. Osječko-baranjska županija
16. Šibensko-kninska županija
17. Vukovarsko-srijemska županija
18. Splitsko-dalmatinska županija
19. Istarska županija
20. Dubrovačko-neretvanska županija
21. Međimurska županija
22. [NE ČITATI!] bez odgovora

P8. *Koji izraz najbolje odgovara mjestu gdje Vi živite? (JO)*

1. veliki grad
2. predgrađe ili okolica velikog grada
3. manji grad
4. selo
5. farma ili kuća izvan naselja
6. [NE ČITATI!] bez odgovora

P9. *Koliko stanovnika ima mjesto u kojem živite? (JO)*

1. 999 i manje stanovnika
2. 1.000 do 4.999 stanovnika
3. 5.000 do 24.999 stanovnika
4. 25.000 do 99.999 stanovnika
5. 100.000 do 1.000.000 stanovnika
6. [NE ČITATI!] bez odgovora

IMPRESSUM

Izveštaj „Konzumacija ribe u Hrvatskoj“ objavljuje Eurofish i Uprava ribarstva, Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske.

Anketno istraživanje: 6 – 22 ožujka 2017. godine

Izveštaj: Konzumacija ribe u Hrvatskoj, listopad 2017.

Naručitelj: Uprava ribarstva, Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske

Izdavač: Eurofish, Kopenhagen

Voditelj projekta, kontakt: Toni Bartulin, Eurofish (toni.bartulin@eurofish.dk)

Fotografije, grafovi i tablice © Eurofish

Korisnici mogu preuzimati sadržaj ovog Izveštaja uz poštivanje svih autorskih i vlasničkih prava te prava sukladno važećem Zakonu o autorskim pravima.

OVAJ IZVJEŠTAJ PREDSTAVLJA ANALIZU STATISTIČKIH REZULTATA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA U VLASNIŠTVU EUROFISHA UZ KORIŠTENJE SLJEDEĆIH REFERENCI

Reference:

- Državni zavod za statistiku, (DZS), 2012–2017;
- Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2016., str. 403;
- Europski tržišni opservatorij za proizvode ribarstva i akvakulture (EUMOFA), Europska komisija, 2015;
- State of World Fisheries and Aquaculture (SOFIA), Svjetska organizacija za prehranu i poljoprivredu Ujedinjenih naroda (FAO), 2016;
- Uprava ribarstva, Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske (www.mps.hr/ribarstvo), 2015.

Izveštaj “Konzumacija ribe u Hrvatskoj” je izradio Eurofish, međunarodna organizacija za razvoj ribarstva i akvakulture u Europi.

Anketni upitnik je kreiran u suradnji s Upravom ribarstva RH i agencijom za istraživanje tržišta Prizma d.o.o.

Statistički podaci su rezultat anketnog istraživanja kojeg je provela agencija Prizma d.o.o. sa sjedištem u Zagrebu.

Eurofish
 HC Andersens Boulevard 44-46 1553
 Kopenhagen V.
 Danska
 Telefon: +45 333 777 55
 Email: info@eurofish.dk
 Internet stranica: www.eurofish.dk



Eurofish
INTERNATIONAL ORGANISATION

HC Andersens Boulevard 44-46

Kopenhagen, Danska

www.eurofish.dk

listopad, 2017