

CVJETNE VRSTE ZA IZRADU SUHIH ARANŽMANA – POTREBE I DOSTUPNOST SJEMENA

Dijana HORVAT¹, S. JERČINOVIĆ¹, Vesna ŽIDOVEC²

¹Visoko gospodarsko učilište u Križevcima
College of agriculture at Križevci

²Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Faculty of Agriculture, University of Zagreb

SAŽETAK

U Republici Hrvatskoj nema proizvodnje sjemena cvjetnih vrsta. Proizvodnja cvijeća je mala, a većina potreba zadovoljava se uvozom usprkos povoljnim klimatskim prilikama za proizvodnju.

Komercijalne cvjetne vrste za sadnju na javne gradske površine, privatne vrtove i ukrasne posude proizvođači cvijeća nabavljaju preko zastupništava stranih multinacionalnih kompanija pri čemu zaštita kupaca, proizvođača cvijeća, nije dostatna u smislu osiguranja kvalitete. Proizvodnja sjemena i sadnog materijala cvijeća i zelenila za rez također uglavnom počiva na uvozu. Sjeme cvjetnih vrsta za vrtlare amatere, hobiste isto je tako bazirano na uvozu. Odabir vrsta koje zastupništva uvoze ovisi o njihovom znanju o tom segmentu tržišta te o interesu samog tržišta za pojedinim vrstama. One koje se manje traže postupno nestaju iz maloprodaje. Sve navedeno ima utjecaja na izgled krajobraza, okoliša, okućnica, ukrasnih posuda i cvjetnih aranžmana.

Segment proizvodnje cvjetnih vrsta za izradu suhih aranžmana prepoznat je kao posebno ugrožen usprkos tradiciji i potrebama tržišta za sjemenom tih cvjetnih vrsta. Provedeno je sekundarno istraživanje relevantnog web sadržaja veznog za podatke koji se odnose na cvjećarsku proizvodnju i potrošnju u EU.

Kroz istraživanje stavova i potreba cvjećara i potrošača na području Koprivničko – križevačke županije putem anketnih upitnika provedeno je kvantitativno, odnosno primarno istraživanje. Nadalje vezano za kvantitativna primarna istraživanja, obim proizvodnje cvjetnih vrsta za izradu suhih aranžmana istražen je putem strukturiranih intervjuja s proizvođačima na području Koprivničko – križevačke županije. Isto tako, anketnim upitnikom na uzorku predstavnika cvjećara Koprivničko – križevačke županije utvrđeno je koliki je uvoz cvjetnih vrsta za izradu suhih aranžmana. Istraživanjem ponude sjemena cvjetnih vrsta za izradu suhih aranžmana u poljoapotekama

Koprivničko – križevačke županije dobiven je podatak o porijeklu sjemena i broju vrsta na tržištu.

Ključne riječi: cvjetne vrste za izradu suhih aranžmana, tržište, sjeme, ponuda i potražnja

UVOD

Još je davne 1888. Biankini (prema Vršek i Kurtela, 1995) u predgovoru svoje knjige: O uzgoju i njegovanju cvijeća, ukrasnog grmlja i drveća napisao: "Malo je zemalja, koje bi se mogle podičiti podnebljem kao što je Hrvatska, a osobito Dalmacija i Istra. Samim tim mi vidimo da se cvieće kod nas slabo gaji. Ako prisposodobimo bogatstvo naše flore s onim Belgije, opazit ćemo veliku razliku."

Toplak et al. (1993) ustvrdile su da je naša zemlja uglavnom orijentirana na uvoz sjemena cvijeća, a radi nerazvijene vrtlarske proizvodnje i na uvoz rezanog cvijeća te sadnog materijala ukrasnog bilja, premda se još od 1906. godine (Von Wettstein, 1934. prema Toplak et al., 1993) konstantno ukazuje na mogućnosti organiziranja vrtlarske proizvodnje i velik broj autohtonih cvjetnih vrsta. Prema Vršek i Kurtela (1995) na međunarodnom tržištu cvijeća Hrvatska je prisutna uglavnom samo kao uvoznik.

Zbog specifičnog položaja Hrvatske na granici različitih klimatskih utjecaja ona je u biljno-geografskom pogledu jedna od najzanimljivijih zemalja Europe. Raznolikost flornih elemenata uz velik broj endema jedna je od značajki hrvatske flore za koju je oduvijek postojao interes istraživača drugih zemalja tako da se neke naše autohtone vrste zahvaljujući stranim znanstvenicima i ugajivačim koriste u vrtovima i perivojima Europe i Amerike (Vršek i Kurtela, 1995).

Na tržištu ukrasnog bilja postoji neprekidna potreba za uvođenjem novih vrsta, a bilježi se trend opadanja potražnje za svim tradicionalnim ukrasnim kulturama, osim ruže, u usporedbi s novim kulturama (Ben-Tal, 1998, prema Hajoš i Vršek, 2002). Ipak, kako iz definicije nove kulture proizlazi da prirodna staništa i nativna flora, nisu jedini izvor biljnog materijala koji može poslužiti kao potencijalno nova kultura, odnosno novi proizvod Halevy (1999, prema Hajoš i Vršek, 2002) spominje između ostalog vrstu *Gypsophila elegans* kao manje važnu kulturu za sadnju na otvorenim površinama poput jednogodišnje cvjetne vrste; rod *Limonium* kao manje važnu ukrasnu biljku uzgajanu za rez na otvorenom.

Biljni materijal koji se najčešće primjenjuje u uređenju cvjetnih gredica dolazi iz skupina jednogodišnjih i dvogodišnjih cvjetnih vrsta, geofita i trajnica (Vršek et al., 2003), a Židovec et al. (2003) navodi kako je bogatstvo vrsta korištenih u razdoblju druge polovice XIX. stoljeća i maštovitost uređenja reprezentativnih gradskih prostora zamijenjeno stereotipnim odabirom vrsta koje nisu u skladu s namjenom prostora i arhitekturom koju prate. Komunalna poduzeća koja su zadužena za proizvodnju, sadnju

i njegu cvjetnih gredica na javnim gradskim površinama sjeme i sadni materijal nabavljaju kod zastupništava stranih multinacionalnih kompanija.

Tradicijski seoski vrtovi sastavni su dio kulturne baštine određenog kraja. Uvjetovani su klimom i reljefom pojedinog područja tako da se razlikuju po geografskim regijama (Židovec et al., 2006). Domaće sorte ('autohtone sorte') svake zemlje predstavljaju njenu baštinu nastalu pod utjecajem specifičnih prilika njenog tla, podneblja, prirodne okoline i ljudi, pod čime uglavnom mislimo na domaće stanovništvo, koje je kroz stoljeća biralo i čuvalo ono što su biljke pod utjecajem okoline stvarale kako bi se prilagodile danim uvjetima (Jurić – Ore, Đurkić, 2007). Posljednjih desetljeća 20. stoljeća velik dio stanovništva prestaje se intenzivno baviti poljoprivredom i zapošljava se u urbanim, gradskim središtima, ali ne mijenjajući mjesto stanovanja. To je uzrokovalo miješanje ruralnog i urbanog, što se odrazilo i na uređenje cvjetnjaka u seoskim sredinama (Plačko, 1977, Feletar, 1991, prema Matulec, 2003). U uređivanju cvjetnjaka sve se više oponašaju gradske gredice, kupuju se gotove presadnice u vrtnim centrima ili neposredno od proizvođača, a malo tko cvijeće za svoj vrt sije sam. No, bez obzira na to, sjeme koje koriste proizvođači nabavljeno je također kod zastupnika multinacionalnih sjemenskih kuća, a sjeme za uzgajivače hobiste isto je tako iz uvoza.

Odabir vrsta koje zastupništva uvoze ovisi o njihovom znanju o tom segmentu tržišta te o interesu samog tržišta za pojedinim vrstama – one koje se manje traže postupno nestaju iz maloprodaje. Sve navedeno ima utjecaja na izgled krajobraza, okoliša, okućnica, ukrasnih posuda i cvjetnih aranžmana.

Segment proizvodnje cvjetnih vrsta za izradu suhих aranžmana prepoznali smo kao posebno ugrožen usprkos tradiciji i potrebama tržišta za sjemenom tih cvjetnih vrsta. Vrste za izradu suhих aranžmana, koje su morale biti dio tradicijskog vrta s obzirom na potrebe kićenja doma, groblja i crkve u zimskom razdoblju postupno nestaju iz tradicijskih vrtova. Usprkos činjenici da dobro podnose sušu i bogato cvatu tijekom cijelog ljeta, na javnim gradskim površinama nema tradicije njihovog korištenja.

Vezano uz njihovo porijeklo (velik broj vrsta mediteranskog porijekla) postoji mogućnost uzgoja u RH, a istraživanjima starih vrtova potrebno je utvrditi koje su to bile tradicionalne vrste i vratiti ih u vrtove radi očuvanja biološke i krajobrazne raznolikosti.

MATERIJAL I METODE ISTRAŽIVANJA

Vrste istraživanja

Za potrebe istraživanja i izrade rada korišteni su primarni i sekundarni izvori podataka. Kao instrument kvantitativnog istraživanja za provedeno istraživanje upotrebljen je anketni upitnik na uzorku predstavnika cvjećarnica, potrošača cvjetnih aranžmana i predstavnika poljoapoteka na području Koprivničko-križevačke županije s kojim su dobiveni primarni podaci. U kreiranju upitnika korištena su pitanja otvorena i

zatvorena tipa. Pitanja zatvorenog tipa bila su s ponuđenim modalitetima obilježja mjerena 5-stupnjavanom Likertovom skalom. Istraživanje je bilo provedeno tijekom mjeseca lipnja i srpnja 2011. godine.

Korištene su tri vrste upitnika; za vlasnike cvjećarnica, potrošače i predstavnike poljoapoteka.

Upitnik za vlasnike cvjećarnica bio je podjeljen direktno samim vlasnicima, dok su potrošači cvjetnih aranžmana bili anketirani na grobljima i u njihovim domovima. Predstavnici poljoapoteka ispunili su anketni upitnik u poljoapotekama.

Anketni upitnik za vlasnike cvjećarnica sastojao se je od devetnaest pitanja, a sastavljen je od tri dijela. Prvi dio se odnosi na opća pitanja vezana za spol, dob, stručnu spremu vlasnika cvjećarnica, kao i na pitanja vezana za sam prodajni i/ili proizvodni prostor cvjećarnice. Također, u ovom su dijelu postavljena pitanja koja se odnose na broj zaposlenih i veličinu mjesta u kojem se nalazi cvjećarnica.

Druga skupina pitanja odnosi se na uporabu po vrstama, nabavu i prodaju suhog cvijeća.

Treća skupina pitanja vezna je uz sezonu prodaje određenih vrsta aranžmana. Anketirani predstavnici cvjećarnica odgovarali su na pitanja koja se odnose na tendencije rasta potrošnje za suhim aranžmanima kao i na pitanja vezano za godišnje količine prodaje istih.

Anketni upitnik za potrošače, s pojašnjenjem predmeta istraživanja, sadržavao je devetnaest pitanja o općim ekonomsko-socijalnim karakteristikama potrošača, o uporabi cvjetnih aranžmana, stavovima o njihovoj ponudi, namjeni, mjestu kupovine, vrsti cvijeća koju potrošači preferiraju u cvjetnim aranžmanima, cijeni koju plaćaju i koju su voljni platiti za pojedinu vrstu cvjetnog aranžmana, itd.

U slučaju istraživanja stanja u poljoapotekama korišten je anketni upitnik koji se sastojao od sedam pitanja gdje su predstavnici poljoapoteka odgovarali na pitanja vezana uz prodaju sjemena za ukrasne cvjetne vrste, njihovu potražnju, profil kupaca, pritužbe na kvalitetu sjemena i potražnju za sjemenom starinskih cvjetnih vrsta.

Kod sekundarnih izvora podataka korištene su relevantne i aktualne informacije web stranice Agencije za promociju i uvoz/izvoz iz zemalja u razvoju pri nizozemskom Ministarstvu vanjskih poslova.

Uzorak

U provedenom istraživanju koji se odnosi na cvjećarnice osnovni skup su predstavljale poslovno aktivne cvjećarnice na području Koprivničko-križevačke županije u 2011. godini. Prema podacima Županijske obrtničke komore on je iznosio 17. Okvir za izbor uzoraka predstavnika cvjećarnica predstavljala je osobna baza podataka autora. Okvir za izbor uzorka predstavnika cvjećarnica utvrđen je temeljem a

priori segmentacije¹. Ujedno, ovo predstavlja i početno ograničenje u istraživanju jer segmentacija provedena na ovaj način ima tek izvidajnu ulogu (Marušić, Vranešević, 2001). U istraživanju je sudjelovalo jedanaest cvjećarnica. Time je obuhvaćeno 65 % cvjećarnica u Županiji. Jedinicu osnovnog skupa čine vlasnici cvjećarnice koji su ujedno bili i ciljane osobe za sudjelovanje u ovom istraživanju.

Osnovni skup kod istraživanja potrošača cvjetnih aranžmana čine svi stanovnici Županije. Uzimajući u obzir limitirane resurse i nedostatke, za potrebe istraživanja odabrano je ipak korištenje namjernog uzorka. Okvir za izbor uzorka određen je temeljem društvenog kontakta autora. Jedinicu istraživanja kod istraživanja potrošača predstavljala je osoba, odnosno potrošač cvjetnih aranžmana. Poziv za sudjelovanje u istraživanju bio je odasan na 110 adresa. Ukupno je pristiglo 23 odgovora što predstavlja stopu povrata od 20,9%.

Kod uključivanja predstavnika poljoapoteka s područja Županije korišten je uzorak poznavatelja sastavljen od svih većih poljoapoteka s područja Županije. Ukupno je bila ispitana 21 poljoapoteka.

Ograničenja istraživanja

S obzirom na rezultate istraživanja treba uzeti u obzir i postojeća ograničenja u ovom istraživanju. Valja reći da se jedno od prvih ograničenja istraživanja odnosi na uzorak istraživanja. Istraživanje je provedeno u Koprivničko-križevačkoj županiji, što ukazuje na činjenicu da bi rezultati bili prikladni za donošenje indikativnih zaključaka, dok bi za cjelovitiji prikaz problema trebalo napraviti istraživanje u svim županijama, dakle na nacionalnoj razini. Svakako da razloge ovih ograničenja treba tražiti o ograničenim financijskim i vremenskim resursima.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Trendovi proizvodnje i potrošnje cvijeća u Europskoj uniji

Najveći proizvođač cvijeća u EU je Nizozemska, a slijedi je Italija na godišnjim proizvodnim razinama. Isto tako, u nekim zemljama Sjeverozapadne Europe kao Engleskoj, Njemačkoj i Belgiji proizvodnja cvijeća se smanjuje. Broj aktivnih proizvođača također opada, a što je zanimljivo i u zemljama s najvećom proizvodnjom, Nizozemskoj i Italiji, ali i u Španjolskoj, Švedskoj i Danskoj. Ovdje svakako treba

1. Kao temelj segmentacije uzete su lako uočljive osobine kao što su podaci o lokacijama cvjećarnica koje se ne nalaze u selima, već isključivo u gradovima unutar županije. Primjena ovakovog pristupa segmentacije opravdava se činjenicom da su ovim pristupom poznati vrsta i broj segmenata.

spomenuti i situaciju u Istočnoeuropskim zemljama poput Poljske i Mađarske gdje se bilježe trendovi oporavka, pa čak i rasta u cvjetnoj proizvodnji.

Procjenjuje se da je Europska unija potrošač više od 50% svjetske proizvodnje cvijeća i uključuje veliki broj zemalja gdje postoji vrlo velika potrošnja cvijeća per kapita. Najveći potrošači su Njemačka, Velika Britanija, Francuska i Italija. Cvjetno tržište EU prema svojim osobinama predstavlja zrelo tržište koje obilježava veliki stupanj saturizacije što se reflektira smanjenjem potrošnje u zemljama poput Italije i nešto manje Njemačke. No s druge strane, neke zemlje nove članice pokazuju i trendove rasta. Isti pozitivni trendovi također su prisutni još uvijek i u Španjolskoj i Velikoj Britaniji. Glavne razloge saturizacije ovog tržišta u glavnim zemljama potrošačima treba tražiti u zabilježenoj nedavnoj ekonomskoj krizi, ali i smanjenoj ekonomskoj potrošačkoj moći siromašnijih članica EU. Bez obzira na trendove saturizacije, ukupno tržište temelji svoj optimizam koji se veže uz pozitivne trendove potrošnje u Španjolskoj, Velikoj Britaniji i novim brzo razvijajućim članicama. (www.cbi.eu).

Stanje u Hrvatskoj s posebnim osvrtom na Koprivničko-križevačku županiju

U istraživanju cvjećarnica aranžmana sudjelovalo je jedanaest predstavnika koji su predstavljali ujedno i vlasnike istih. Većina ispitanika (9 osoba) su bile žene, dok su tek dva ispitanika bila muškog spola. Prosječna dob ispitanika iznosila je 42 godine.

Najveći broj ispitanika je srednje stručne spreme, njih sedam. Troje su visoke stručne spreme i jedan je niske stručne spreme.

U prosjeku, ispitanici posjeduju cvjećarnice deset godina i raspolažu s prostorom prosječne kvadrature od 26,8 m². Većina ima uz prodajni prostor i prostor za rad (9), dok se samo dvoje ispitanika izjasnilo da raspolaže isključivo s prostorom za prodaju, ali da nemaju prostor za rad. Ujedno, svi ispitanici imaju izložbeni prostor ispred cvjećarnice. Najveći broj ispitanika ima zaposlenog jednog ili dva djelatnika, dok jedan vlasnik obavlja sve poslove sam. Svega jedna od ispitanih cvjećarnica ima veći broj zaposlenih, njih osam.

Na pitanje da li uz prodaju postoji i proizvodnja cvijeća predstavnik tek jedne cvjećarnice daje pozitivan odgovor.

Od ukupno korištenog cvijeća cvjećarnice koriste 18,7% suhog cvijeća. No valja naglasiti da dva ispitanika koriste jedan posto i manje suhog cvijeća, pa je stvaran postotak korištenja suhog cvijeća veći od dobivenog u istraživanju.

Vrste suhog cvijeća koje najčešće koriste istraživane cvjećarnice su: *Achillea millefolium* L., *Ammobium alatum*, *Gypsophila elegans* Bieb., *Gomphrena globosa*, *Helichrysum bracteatum* (Vent.) Andr., *Limonium sinuatum* (L.) P. Mill., *Nigella damascena* L., *Nigella orientalis* L.

Nabava suhog cvijeća uglavnom se odvija preko poznatih nabavnih kanala kao što su veletržnica cvijeća u Zagrebu, direktno od dobavljača, iz uvoza, dok jedan intervjuirani predstavnik ima i vlastitu proizvodnju.

Dijana Horvat i sur.: Cvjetne vrste za izradu suhih aranžmana
- potrebe i dostupnost sjemena

Prosječne maloprodajne cijene bunta/aranžmana, odnosno prosječna cijena suhog aranžmana izražene su u Tablici 1.

Tablica 1. Prosječne maloprodajne cijene pojedinih cvjetnih vrsta (bunt) i suhih aranžmana
Table 1 Average retail prices of certain flower species (bunch) and dried flower arrangements

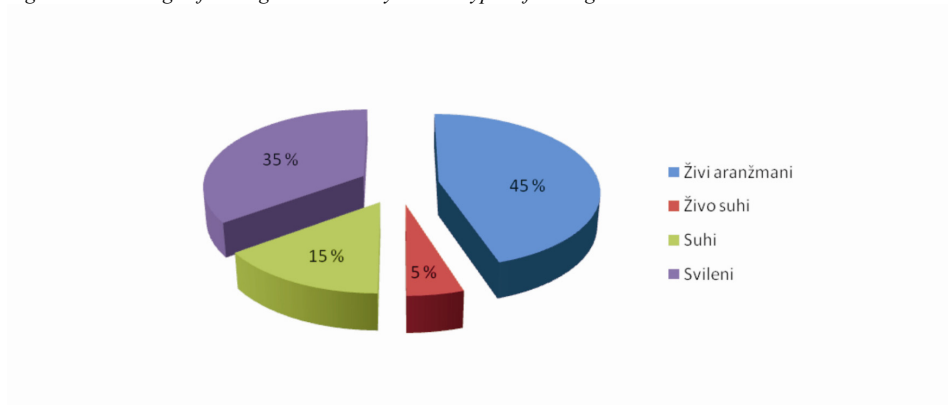
Cvjetna vrsta <i>Flower species</i>	Prosječna maloprodajna cijena bunta/aranžmana (kn) <i>Average retail price of a flower bunch/arrangement (kn)</i>
<i>Limonium sinuatum</i> - statica	13
<i>Amobium alatum</i> – suha bijela ruža	8
<i>Nigella</i> sp. - djevojka u plavom	10
<i>Achillea</i> sp. - stolisnik	15
Suhi aranžman - dried flower arrangement	105

Iz istraživanja je razvidno da cvjećarnice najveći broj aranžmana prodaju prigodom blagdana Svih Svetih, njih deset od jedanaest, a samo jedna cvjećarnica prodaje podjednako tijekom cijele godine. Zanimljivo je da niti jedan intervjuirani predstavnik ne navodi Božić ili Uskrs kao vrijeme povećanog broja cvjetnih aranžmana.

Svi ispitanici stavljaju u aranžmane cvjetne vrste koje se koriste za suhe aranžmane.

Najveći postotak prodaje aranžmana po pojedinim vrstama aranžmana iznosi: za žive aranžmane (45%), svilene (35%), suhe aranžmane (15%) i živo-suhe (5%) (Grafikon 1.)

Grafikon 1. Postotak prodaje aranžmana po pojedinim vrstama aranžmana
Figure 1 Percentage of arrangement sales by certain types of arrangements

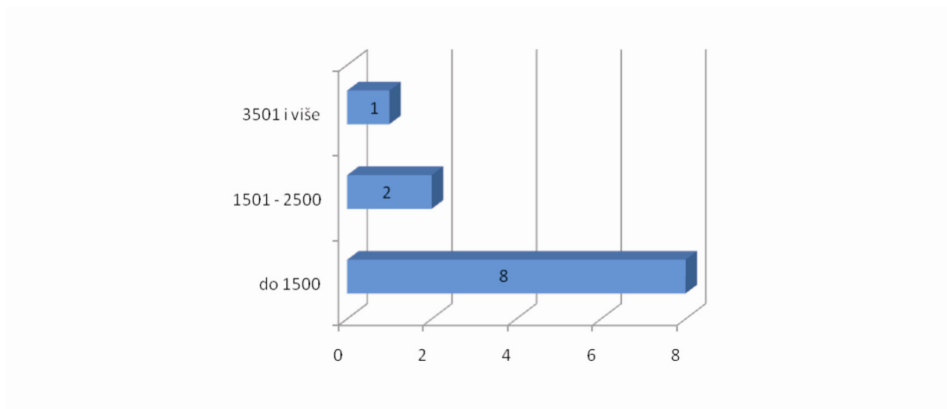


Šest ispitanih predstavnika cvjećarnica uočava malenu tendenciju rasta potrošnje za suhim aranžmanima, njih petero smatra da je tendencija mala. Nitko od ispitanika ne smatra da postoji izuzetno velika tendencija.

Zadnje pitanje u anketnom upitniku koje se odnosilo na cvjećarnice bilo je vezano za godišnju prodaju aranžmana u komadima. Iz Grafikona 2. razvidno je da najveći broj od ispitanih predstavnika cvjećarnica proda do 1.500 aranžmana (8 cvjećarnica), tek u dvije cvjećarnice prodaja se kreće u rasponu od 1.501 do 2.500 komada cvijetnih aranžmana i samo jedna cvjećarnica ima godišnju prodaju veću od 3.500 komada.

Grafikon 2. Godišnja prodaja aranžmana u komadima

Figure 2 Annual sales of arrangements in individual pieces



Kod istraživanja potrošača ukupno je bilo anketirano njih 23, od čega je bilo 18 ženskog spola i pet muškog. Prosječna dob potrošača iznosi 47 godina.

Najveći broj ispitanika je srednje stručne spreme, njih dvanaest. Sedmero su visoke stručne spreme i tri niske stručne spreme.

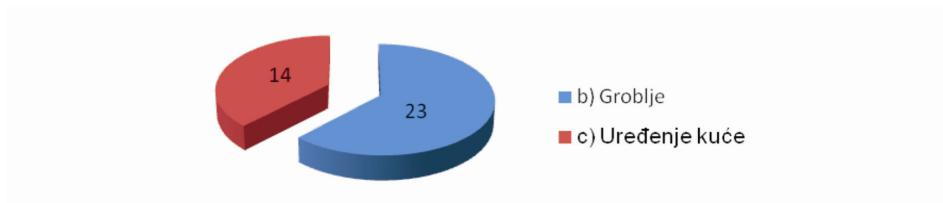
Njih petnaest je u statusu zaposlenika, jedan je nezaposlen, pet umirovljenika i dvoje su studenti.

Najveći broj (19) dolazi iz naselja s više od 15.000 stanovnika, dvoje iz naselja s između 10.000 i 15.000 stanovnika, jedan iz naselja s između 1.000 i 5.000 stanovnika, te jedan iz mjesta s manje od 1.000 stanovnika.

Potrošači najčešće koriste cvjetne aranžmane za uređenje groblja (23) i uređenje kuće (14) (Grafikon 3.).

Grafikon 3. Mjesto najčešćeg korištenja aranžmana

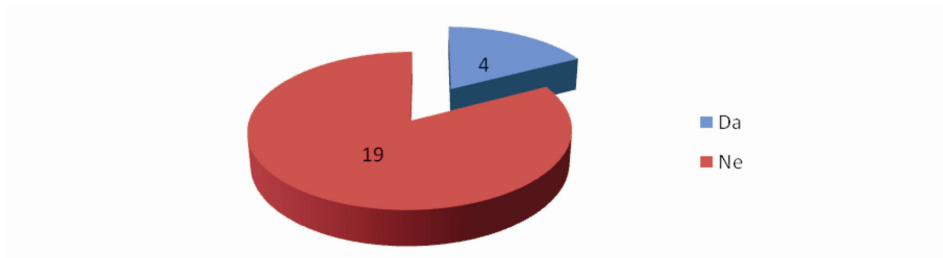
Figure 3 Places of the most frequent usage of arrangements



Također, ispitanici spominju balkone i dvorišta kao mjesta korištenja cvjetnih aranžmana. Većina ispitanika (19) smatra da ponuda suhog (prirodnog) cvijeća nije zadovoljavajuća, dok njih četvero smatra da je zadovoljavajuća (Grafikon 4.).

Grafikon 4. Zadovoljstvo s ponudom od suhog (prirodnog) cvijeća

Figure 4 Satisfaction with the offer of dried (natural) flowers



Većina ispitanika (18) koristi bukete za vaze u slučaju aranžiranja grobnih mjesta i u tom slučaju 10 ispitanika koristi živo cvijeće, suho (prirodno) cvijeće koristi 9 ispitanika, a svileno cvijeće koristi čak 15 ispitanika.

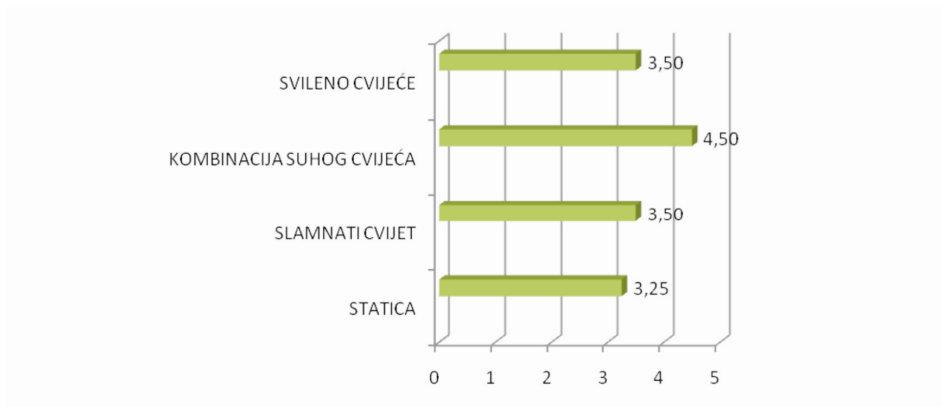
Ispitanici kupuju aranžmane i komadno svileno cvijeće za vazuu najvećem broju slučajeva u cvjećarnici (16), na tržnici (8), dok se kao ostala prodajna mjesta spominju trgovački centri.

Najpovoljnije ocjenjena vrsta cvijeća za uređenje vaza na groblju u ljetnim mjesecima je prema ocjeni ispitanika buket rezanog cvijeća (3,92) i svileno cvijeće (3,76).

Cvijeće koje se koristi za uređenje kod kuće prema ispitanicima su kombinacija suhog cvijeća (4,50), slamnati cijet – *Helichrysum bracteatum* (3,50), svileno cvijeće (3,50) i statica - *Limnium sinuatum* (3,25) (Grafikon 5.).

Grafikon 5. Vrste koje se koriste za aranžiranje kuće

Figure 5. Types used for house decorating

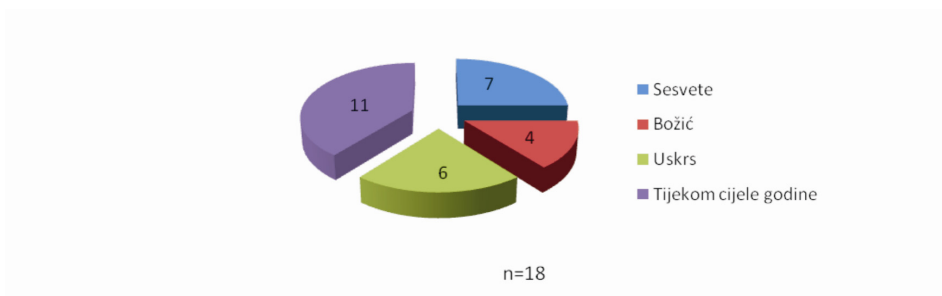


Ispitanici prosječno plaćaju suhi aranžman 93 kune, dok za svileni u prosjeku plaćaju 137 kuna. Većina ispitanika (13) je spremna platiti i višu cijenu od cijene koju plaća za aranžman, dok ostali (10) nisu spremni na plaćanje više cijene aranžmana.

Trajni aranžmani za groblje najčešće se kupuju tijekom cijele godine (11), u vrijeme blagdana Svih Svetih (7), Uskrsa (6) i Božića (4), n=18 (Grafikon 6).

Grafikon 6. Kupovina trajnih aranžmana za groblje

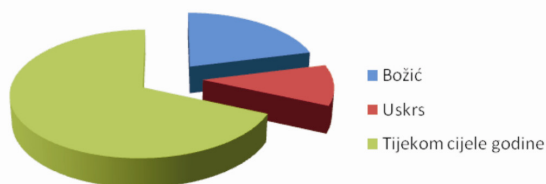
Figure 6 Purchase of permanent arrangements used for the cemetery



Kupovina trajnih aranžmana za uređenje doma donekle je slična s kupnjom trajnih aranžmana za uređenje groblja. Najveći broj ispitanika ih kupuje tijekom cijele godine (13), za Božić (4) i za Uskrs (2), n=18 (Grafikon 7.).

Grafikon 7. Kupovina trajnih aranžmana za uređenje doma

Figure 7 Purchase of permanent arrangements used for home decorating



Ispitanici najradije kupuju za uređenje groblja aranžmane od svilenog cvijeća (16) jer kako navode dugotrajnije je i prirodnog izgleda, naročito kada se kombinira s crnogoricom. Svega četiri ispitanika radije kupuje aranžmane od suhog cvijeća, a razlozi koje navode jesu da je lijepše, prirodnije i dugotrajno (n=18).

Za uređenje kuće ispitanici (12) najviše kupuju aranžmane od suhog cvijeća jer je prirodno i dugotrajnije, dok su se za aranžmane od svilenog cvijeća opredjelila dva ispitanika (n=18).

Što se tiče ponude sjemena ukrasnih cvjetnih vrsti u poljoapotekama, najbolje zastupljene vrste prema odgovorima u upitniku su: *Begonia semperflores* – begonije, *Calendula officinalis* – neven, *Callistephus chinensis* – lijepa kata, *Impatiens waleriana* – vodenke, *Salvia splendens* – salvija, *Tagetes erecta*, *Tagetes patula*, *Tagetes patula nana* – kadifrice, *Tropaeolum culmorum* – dragoljub, *Viola* spp. – maćuhica, *Portulaca grandiflora* – prkos, *Zinnia elegans* – ciniija.

Jedan dio kupaca u poljoapotekama ne traži sjeme ukrasnih cvjetnih vrsta koje se mogu sušiti i koristiti za aranžmane (9), dok ih ostatak traži (6), n=15.

Kupci u istraživanim poljoapotekama traže sjeme slijedećih ukrasnih cvjetnih vrsta koje se mogu sušiti i koristiti za aranžmane: *Helychrisum bracteatum* – slamnati cvijet (4), *Limonium sinuatum* (3), *Celosia argentea* var. *cristata* i var. *plumosa*; *Amobium alatum* (1).

Najzastupljenija dob kupaca sjemena ukrasnih cvjetnih vrsta za izradu suhих aranžmana je između 20 i 60 godina.

Većina kupaca (70%) se ne žali na kvalitetu sjemena iz ponude ukrasnih cvjetnih vrsta za izradu suhих aranžmana, dok u slučaju pritužaba (30%) spominje se loša klijavost, identičnost vrste (uzgojena vrsta ne poklapa se sa vrstom na pakiranju sjemena).

Poslijednjih se godina mijenja potražnja kupca za određenim cvjetnim vrstama i to naročito za starinskim cvjetnim vrstama koje intervjuirani predstavnici poljoapoteke i navode kao najznačajnije upite vezano za ovu potražnju, njih dvanaest od ukupno petnaest intervjuiranih.

ZAKLJUČAK

Na temelju provedenog istraživanja vidljivo je da u Hrvatskoj postoji interes za sjeme cvjetnih vrsta za izradu suhих aranžmana čija ponuda je svedena na nekoliko vrsta porijeklom iz Italije. Kvaliteta sjemena je zadovoljavajuća, ali identitet vrste nije. Potražnja za aranžiranim suhim cvijećem postoji, uglavnom za uređenje kuće, dok je ponuda takvih aranžmana nezadovoljavajuća. Neke od istraživanih cvjetnih vrsta visoko su na svjetskim ljestvicama potražnje cvijeća. Hrvatska ima idelane klimatske prilike za proizvodnju sjemena, cvijeta i ploda vrsta koje se koriste za izradu suhих aranžmana i time bi mogla postati konkurentna na europskom tržištu cvijeća, no nažalost proizvodnje nema.

FLOWER SPECIES USED FOR DRIED FLOWER ARRANGEMENTS – OFFER AND DEMAND OF THE SEED

SUMMARY

Seed production of flower species does not exist in the Republic of Croatia. The scope of flower production is very low and large extent of current demand is satisfied by import, despite favorable climate conditions for production.

Flower producers obtain commercial flower species intended for public surfaces, private gardens and decorative flower pots through dealerships of foreign multinational companies and consumer protection of flower producers is not sufficient in terms of quality assurance. Production of seed and planting material of flowers and greenery for cutting is primarily based on import. Seeds of flower species for amateur gardeners, hobbyists are also based on import. Selection of species imported by dealerships depends on their knowledge of the respective market segment as well as on the interest of the market itself for individual species – those with decreased demand gradually disappear from retail trade. All above mentioned influences the appearance of landscape, environment, house lots, decorative flower pots and flower arrangements.

We recognized the production segment of flower species intended for dried flower arrangements as being specially endangered despite tradition and market need for this kind of flower seeds. We conducted secondary research of the relevant web content related to data on flower production and consumption in the EU.

Through research of attitudes and needs of florists and consumers in the area of Koprivnica-Križevci County by means of survey questionnaires quantitative i.e. primary research was conducted. Furthermore, building on quantitative primary research, the scope of production of flower species intended for dried flower arrangements was researched by means of structured interviews with the producers in the area of Koprivnica-Križevci County. In addition, survey questionnaire was used on the sample

of florist representatives in Koprivnica-Križevci County in order to establish the scope of import of flower species intended for dried flower arrangements. Research of current offer of flower species intended for dried flower arrangements in agricultural pharmacies in Koprivnica-Križevci County provided data on seed origin and number of species available on the market.

Key words: flower species intended for dried flower arrangements, market, seed, offer and demand

LITERATURA – REFERENCES

1. Ben-Tal, Y. (1998) World Trends and Requiements – Israel. *Acta Hort. (ISHS)* 454: 49-58
2. Biankini, P.L. (1888) O uzgoju i njegovanju cvieća, uresnog grmlja i drveća. *Gospodarski list, Šibenik*: 1 -1116
3. CIB (2005) EU market survey on Cut Flowers and foliage, <<http://www.cbi.eu>>. Pristupljeno 30. kolovoza 2011.
4. Feletar, D. (1991) Promjene u prostornom rasporedu stanovništva Podravine. *Podravski zbornik 1991. Muzej grada Koprivnice, Bjelovar*: 51-62
5. Hajoš, D., Vršek, I. (2002) Razvoj novih ukrasnih kultura i njihovo uvođenje u komercijalni uzgoj. *Sjemenarstvo* 19(3-4): 195-207
6. Halevy, A.H. (1999) Ornamentals: Where Diversity in King-the Israeli Eexperience. U: J. Janick (ur.), *Perspectives on new crops and new uses*. ASHS Press, Alexandria, VA: 398-400
7. Jurić – Ore, R., Đurkić, I. (2007) Zatečene domaće i udomaćene sorte i njihovo uvođenje u Sortnu listu Republike Hrvatske. Konferencija o izvornim pasminama i sortama kao dijelu prirodne i kulturne baštine. *Knjiga sažetaka. Plavac i Čuže (ur.)*. – Zagreb, Državni zavod za zaštitu prirode, 116-118. Šibenik, Hrvatska, 13.-16.11.2007.
8. Marušić, M., Vranešević, T. (2001) Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb
9. Matulec, Lj. (2003) Taksonomska analiza hortikulture flore seoskih cvjetnjaka središnjeg dijela Bilogorske Podravine. *Agronomski glasnik* 6: 271-290
10. Plačko, Lj. (1977) Podravci na privremenom radu u inozemstvu. *Podravski zbornik 1977. Muzej grada Koprivnice, Čakovec*: 195-202
11. Vinceljak-Toplak, M., Kurtela, M., Vršek, I. (1993) Povijesni razvoj i sadašnje stanje u sjemenarstvu i rasadničarstvu ukrasnog bilja u Hrvatskoj. *Sjemenarstvo* 10(6): 457-462
12. Von Wettstein, R. (1934) O podizanju cviječarstva u Dalmaciji. *Naš vrt*, sv. 1-2, Zagreb
13. Vršek, I., Kurtela, M. (1995) Razvojna istraživanja novih vrsta u cvječarskoj proizvodnji. *Sjemenarstvo* 12(6): 465-469
14. Vršek, I., Turk, M., Virag, I., Hajoš, D., Karlović, K., Židovec, V., Morić, S. (2003) Proizvodnja i asortiman vrsta za cvjetne gredice. *Međunarodno interdisciplinarno savjetovanje "Njega gradskog prostora, boje u gradu-vještina uređenja cvjetnjaka" / Milas Z. (ur.)*. - Zagreb: Hrvatsko agronomsko društvo, 13-14. Zadar, Hrvatska, 09-12.04.2003
15. Židovec, V., Vršek, I., Karlović, K., Morić, S., Hajoš, D. (2003) Tradicija viktorijanskih cvjetnih gredica i njen odraz u sadšnjosti. *Međunarodno interdisciplinarno savjetovanje "Njega gradskog prostora, boje u gradu-vještina uređenja cvjetnjaka" / Milas Z. (ur.)*. - Zagreb: Hrvatsko agronomsko društvo, 36-37. Zadar, Hrvatska, 09-12.04.2003

Dijana Horvat i sur.: Cvjetne vrste za izradu suhих aranžmana
- potrebe i dostupnost sjemena

16. Židovec, V., Vršek, I., Aničić, B., Grzunov, S. (2006): Tradicijski seoski vrtovi Sjeverozapadne Hrvatske. Sjemenarstvo 23(3): 273-283.

Adresa autora - Authors' addresses:

Dijana Horvat, dipl. ing.
Mr. sc. Silvije Jerčinović

Visoko gospodarsko učilište
Milislava Demereca 1
48260 Križevcima
e- mail: dhorvat@vguk.hr

Prof. dr. sc. Vesna Židovec
Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Svetošimunska 25
10000 Zagreb

Primljeno-Received:

21. 11. 2011.