

*Prof. dr. sc. Vesna Brčić-Stipčević*

*Mr. sc. Sanda Renko*

## MOŽE LI SE KONKURENTNOST HRVATSKIH MALOPRODAVAČA TEMELJITI NA IZVORNIM HRVATSKIM PROIZVODIMA?

### CAN THE COMPETITIVENESS OF CROATIAN RETAILERS BE BASED ON AUTHENTIC CROATIAN PRODUCTS?

---

**SAŽETAK:** Republika Hrvatska postala je dio svjetskog tržišta i multinacionalni maloprodajni lanci s ponudom širokog spektra prehrambenih proizvoda iz različitih zemalja postupno preuzimaju dio hrvatskih potrošača. Hrvatska maloprodajna poduzeća moraju stoga pronaći način kako konkurirati u novonastalim tržišnim uvjetima. Autorice ovoga rada analiziraju ulogu asortimana u postizanju konkurentske prednosti hrvatskih maloprodajnih poduzeća stavljajući naglasak na značenje podrijetla prehrambenih proizvoda koji se pojavljuju na policama prodavaonica. Rezultati istraživanja provedenog na reprezentativnom uzorku stanovništva Republike Hrvatske pokazali su da su hrvatski potrošači upoznati s prednostima i nedostacima genetski modificirane hrane i žele da im se osigura njihovo temeljno pravo na izbor i hranu (jer ona predstavlja jednu od primarnih ljudskih potreba) koja ne ugrožava njihovo zdravlje.

**KLJUČNE RIJEČI:** maloprodaja, GMF (genetically modified food = genetski modificirana hrana), konkurentnost

**ABSTRACT:** Croatian companies have to find a way to compete in new market conditions, as the Republic of Croatia has become a part of the world market, and multinational retail chains (with a wide array of food products from various countries) have been taking one portion of Croatian customers. The authors of this paper analyze the role of assortment in obtaining the competitive advantage of Croatian retailers, emphasizing the importance of the origin of food products on the Croatian stores' shelves. The results of the survey conducted on a representative nationwide sample of adult population in Croatia revealed that the Croatian population was fully aware of the advantages, and risks of genetically modified food. Moreover, Croatian consumers want to ensure their basic rights to buy and consume food (because food presents one of the primary human needs) which will not threaten their health.

**KEY WORDS:** retail, GMF (genetically modified food = genetski modificirana hrana), competitiveness

---

## 1. UVOD

Konkurentnost i konkurentska prednost hrvatske maloprodaje i hrvatskog gospodarstva u cjelini predmetom su velikog broja stručnih i znanstvenih rasprava te pisanih radova. Veliki je broj mogućih pristupa navedenoj problematici s pozicije hrvatskih maloprodajnih poduzeća te se u literaturi, primjerice, promatra kooperacija između trgovine i proizvodnje kao strategija povećanja konkurentnosti (13, str. 136-140), razvoj trgovine kao uvjet konkurentnosti hrvatskoga tržišta (3, str. 141-145), primjena elektroničke tehnologije u maloprodaji kao čimbenik konkurentnosti (1, str. 71-84), istražuje se konkurentska sposobnost hrvatskih trgovinskih lanaca u globalu (15, str. 33-48) i dr. Autorice ovoga rada posvetile su pozornost ulozi asortimana maloprodavača u postizanju konkurentske prednosti hrvatskih maloprodajnih poduzeća stavljajući naglasak na značenje podrijetla prehrambenih proizvoda koji se pojavljuju na policama hrvatskih prodavaonica.

Naime, intenzivna konkurencija u maloprodaji od hrvatskih maloprodajnih poduzeća zahtijeva definiranje prednosti kojima će se ona diferencirati u očima svojih potrošača u odnosu na ostale sudionike. Sukladno tome izgrađivati dobar gospodarski sustav znači podizati konkurentsku razinu poduzeća na domaćem i inozemnom tržištu (3, str. 141-145). Hrvatsko gospodarstvo, a posebice prehrambena industrija, zajedno s trgovinom prehrambenim proizvodima pod utjecajem je procesa internacionalizacije i globalizacije i ne može ih izbjeći. Cilj je ovoga rada da se kroz prizmu uzročno-posljedičnih odnosa prikaže upravo taj lanac koji kreće trendovima u maloprodaji prehrambenih proizvoda i industriji hrane uopće te završava pozitivnim efektima u kreiranju konkurentske prednosti hrvatskih maloprodajnih poduzeća i gospodarstva u cjelini.

Kako bismo ocijenili značenje asortimana (i to onoga koji se u radu naziva «ne-genetski modificiranim») u ostvarivanju konkurentske pozicije hrvatskih poduzeća primarno je trebalo ustanoviti stavove potrošača o navedenoj problematici, odnosno dobiti odgovore na pitanja koliko su hrvatski potrošači upoznati s nedostacima i prednostima koje donosi genetski modificirana hrana te hoće li se prilikom odabira mjesta kupovine prehrambenih proizvoda za svoju obitelj opredijeliti za hrvatske maloprodavače ukoliko oni (poput Tesca ili Asde koji se vraćaju vrijednostima prirodnog uzgoja i oglašavaju prodaju prirodne domaće hrane pod vlastitom markom) na svojim policama ponude proizvode hrvatskih poljoprivrednika.

## 2. TEMELJNE POSTAVKE VEZANE UZ GENETSKI MODIFICIRANU HRANU

U literaturi koja obrađuje područje biotehnologije i genetski modificirane hrane postoji veliki broj istraživanja provedenih s ciljem da se ustanove potencijalne koristi i rizici koje sa sobom nosi upotreba genetski modificiranih proizvoda (primjerice: 6, 16, str. 16; 12, str. 65 i dr.). Početni entuzijazam o potencijalnim koristima hrane proizvedene na ovaj način temeljio se na (2, str. 24-26):

- povećanoj produktivnosti u poljoprivredi vidljivoj u većim prinosima uz niže troškove
- korištenju manjih količina pesticida i herbicida
- zaštiti prirodnog okruženja uslijed manjeg rizika od zagađenosti zraka i vode
- ponudi širokog spektra hrane poboljšane hranidbene vrijednosti i sastava (sadržaj proteina, masnoća, određenih vitamina i sl.)
- pomoći pri sprječavanju i zaustavljanju mnogih bolesti (pružanjem mogućnosti cijepljenja i dodatnih vitamina) i dr.

S druge strane kritike osporavaju sve navedene prednosti i naglašavaju negativne učinke upotrebe genetski modificirane hrane kao što su alergijske reakcije, toksično djelovanje (4, str. 12) te iluzornost rješavanja problema svjetske gladi ovom tehnologijom i dr., zaključujući kako se iza svega kriju multinacionalne agrokemijske kompanije u borbi za što većim profitom (8, str. 60).

Tijekom povijesti biotehnologija je pomogla čovjeku pri unapređivanju kvalitete života. Naime, temeljna načela biotehnologije korištena su još od doba staroegipatske civilizacije, a mi smo ih samo ponovno otkrili i usavršili (9). Stari su Egipćani (doduše, bez ikakvih znanstvenih spoznaja što se zapravo događa) pili vino nastalo fermentacijom soka grožđa te jeli kruh pri čijoj se izradi koristio kvasac. U ovom slučaju je riječ o modifikacijama unutar vrsta koje su obuhvaćale ubrzavanje prirodnih procesa (korištenje mikroorganizama za dobivanje vina, sira i sl.) te selektivni uzgoj životinja i biljaka kako bi se dobile određene karakteristike. Međutim, osim njih postoje i modifikacije hrane na način da ona sada sadrži gene iz nesrodnih vrsta s ciljem postizanja boljeg izgleda ili količine (najbolji primjer su rajčice i jagode s genima ribe), što se naziva i genetskim inženjeringom.

Proizvodi koji spadaju u prvu kategoriju<sup>1</sup> (primjerice, lecitin iz modificirane soje nalazi se u ulju, margarinu, čokoladi i dr.) te njihova prodaja, ne nailaze na veliki otpor potrošača i veliki je broj prehrambenih artikala na policama prodavaonica dobivenih tzv. tradicionalnom tehnologijom.

Međutim, proizvodi koji spadaju u drugu kategoriju<sup>2</sup>, zbog jačanja svijesti o potrebi zaštite i očuvanja okoliša, negativnih iskustava sa zagađivanjem okoline i neselektivne upotrebe kemijskih dodataka hrani (u javnosti kruže čak i popisi štetnih aditiva i konzervansa u prehrambenim proizvodima na hrvatskom tržištu te posljedice njihove uporabe), sve veće svijesti o potrebi zdravog života i zdrave prehrane kod sve većeg broja potrošača, a posebice neslaganja u znanstvenim krugovima i senzacionalističkih prikaza u sredstvima javnog priopćavanja, predmet su sukoba između Novoga i Staroga svijeta.

Argentina, SAD i Kanada zatražile su čak od Svjetske trgovinske organizacije (WTO) uspostavu arbitraže koja treba odlučiti predstavlja li politika Europske unije u pogledu genetski modificiranih organizama (moratorij na uvoz svih vrsta genetski modificirane hrane) zapreku trgovini (5).

<sup>1</sup> Modifikacije unutar vrsta koje obuhvaćaju ubrzavanje prirodnih procesa te selektivni uzgoj životinja i biljaka kako bi se dobile određene karakteristike.

<sup>2</sup> Modifikacije koje obuhvaćaju transfer gena iz nesrodnih vrsta s ciljem postizanja boljeg izgleda ili količine, tzv. genetski inženjering.

Iako u Hrvatskoj nema pouzdanih podataka o količini i rasprostranjenosti genetski modificiranih proizvoda, oni već postoje na hrvatskom tržištu, a Akcija zelenih (7, str. 108-109) upozorava kako se već sada na policama naših prodajnih mjesta nudi više od 700 genetski modificiranih proizvoda, najčešće bez oznake na ambalaži ili deklaraciji. Tu se jednim dijelom vidi učinak internacionalizacije i globalizacije na hrvatsku maloproduju i gospodarstvo. Republika Hrvatska sve se više uključuje u svjetsko tržište, multinacionalni maloprodajni lanci ponudom širokog spektra prehrambenih proizvoda iz različitih zemalja preuzimaju dio hrvatskih potrošača te hrvatska poduzeća moraju pronaći nači kako konkurirati u novonastalim tržišnim uvjetima. Vlada Republike Hrvatske trebala bi ciljano i preko poljoprivredne politike utjecati na ponudu na tržištu. Uz razvijenu domaću proizvodnju hrane (na temelju državne potpore) koja rezultira cijenom i kvalitetom konkurentnim prehrambenim proizvodima na policama hrvatskih maloprodavača, hrvatski gospodarski subjekti mogu konkurirati na domaćoj sceni. I na svjetskom tržištu hrane samo proizvodnjom prepoznatoj kao «potpuno prirodno, bez genetski modificiranih organizama», oni mogu privući sve izbirljivije potrošače. Proizvodnja zdravstveno ispravnih proizvoda omogućit će izlazak Hrvatske kao ravnopravnog partnera na svjetsko tržište, što je imperativ gospodarskoga razvoja (14, str. 88-90).

Kao što je prethodno navedeno, cilj ovoga rada bio je da se ustanovi znači li veća zastupljenost domaćih prirodnih proizvoda na policama prodavaonica i veću konkurentnost maloprodavača odnosno stav hrvatskih potrošača glede mogućnosti izbora hrane. Za usporedbu samo, istraživanja provedena u SAD-u (11, str. 50-53) sugeriraju kako većina američkih građana nema ništa protiv upotrebe genetski modificirane hrane te se njezino prisustvo odnosno odsustvo na policama američkih prodajnih mjesta ne može smatrati ključnim u borbi za privlačenje potrošača (fokus američkih maloprodavača usmjerava se dakle na ostale elemente maloprodajnog miksa).

### 3. KRATAK OPIS ISTRAŽIVANJA

Istraživanje stavova hrvatskih potrošača u pogledu korištenja genetski modificiranih prehrambenih proizvoda te uloge takvog asortimana prilikom odabira mjesta kupovine obuhvatilo je nekoliko područja:

- upoznatost sa značenjem korištenih pojmova
- podrijetlo informacija o pojedinim pojmovima
- vrednovanje genetski modificirane hrane u usporedbi s nemodificiranom hranom
- upoznatost s proizvodnjom i prodajom takvog asortimana prehrambenih proizvoda (genetski modificirana hrana) na teritoriju Republike Hrvatske
- vjerojatnost kupovine takvog asortimana prehrambenih proizvoda (genetski modificirana hrana) u slučaju da je on jeftiniji i posebno označen
- značenje prisustva asortimana prirodnih (genetski nemodificiranih) prehrambenih proizvoda na policama prodavaonica prilikom odabira mjesta kupovine.

Istraživanje se temeljilo na OMNIBUS metodi, na reprezentativnom uzorku stanovništva<sup>3</sup> Republike Hrvatske starijem od 15 godina (ukupan uzorak = 1000 ispitanika, uključujući 1000 kućanstava Republike Hrvatske). Istraživanje je provedeno u dvije faze (2002. i 2003. godine) u kućanstvima tehnikom osobnog intervjua (ispitanici su selektirani slučajnim izborom prema datumu rođenja) temeljem visoko strukturiranog upitnika. U istraživanju je primijenjena dvodimenzionalna stratifikacija polaznog statističkog skupa prema:

- pripadnosti regijama<sup>4</sup> i
- veličini naselja

uzimajući pritom u obzir popis stanovništva Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske iz 1991. i 2001. godine. Obrada podataka provodila se uz pomoć suvremenih statističkih metoda i SPSS (Statistical Program for Social Sciences) kompjutorskog software-a

Demografske karakteristike uzorka prikazane su u tablici 1.

## 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Predstavljanje rezultata dobivenih kvalitativnim istraživanjem na terenu započinje rezultatima dobivenim u prvoj fazi istraživanja. Prvo područje koje se istraživalo odnosi se na upoznatost hrvatskih potrošača problematikom genetski modificirane hrane, biotehnologije i sl. Pitanja vezana za ovo područje kreirana su polazeći od pretpostavke da ispitanici djelomično već poznaju odgovarajuće pojmove.

Tu polaznu pretpostavku potvrdili su i podaci (dobiveni kao odgovor na uvodna pitanja) da je većina hrvatskih potrošača (78,9% ispitanika) čula za navedene pojmove. Ispitanicima je stoga upitnikom ponuđeno nekoliko definicija, među kojima su se oni trebali odlučiti za onu definiciju koja je ispravna.

Ponuđene su sljedeće definicije:

- genetski modificirana hrana obuhvaća meso, voće i povrće koje je uzgojeno na neprirodan način (pomoću određenih mutacija gena)
- genetski modificirana hrana obuhvaća voće i povrće koje je uzgojeno na nezdrav način (korištenjem velikih količina pesticida i umjetnih gnojiva)
- genetski modificirana hrana obuhvaća voće i povrće koje je dobiveno međusobnim križanjem s genima potpuno različitih biljaka; primjerice genima iz rajčice ili jabuke.

---

<sup>3</sup> Riječ je o nepristranom uzorku, objektivno izabranom pomoću generatora slučajnih brojeva.

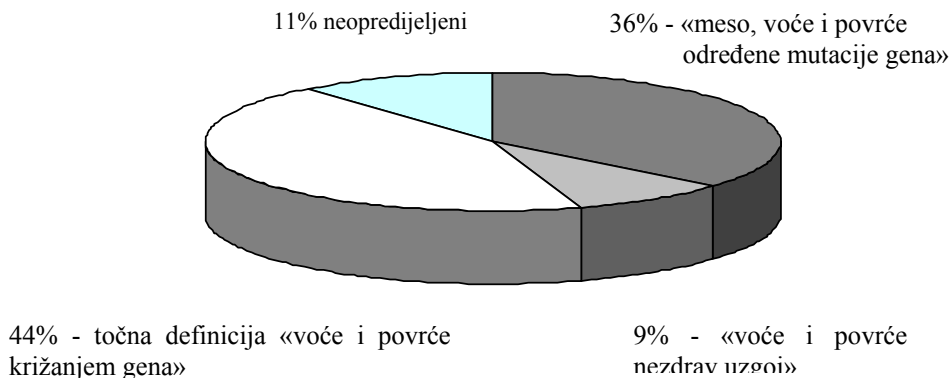
<sup>4</sup> Riječ je o tradicionalnim regijama koje se koriste u društvenim istraživanjima, a objedinjuju stanovnike Republike Hrvatske koje karakteriziraju demografske i socioekonomske sličnosti.

**Tablica 1. Demografske karakteristike uzorka**

| Stavke   | Postotak |
|--|----------|
| <i>Regija</i>                                  |          |
| Zagreb i okolica                               | 22,0     |
| Sjeverna Hrvatska                              | 17,7     |
| Slavonija                                      | 17,8     |
| Lika, Kordun i Banovina                        | 11,1     |
| Istra, Sjeverni Jadran, Gorski kotar           | 11,6     |
| Dalmacija                                      | 19,8     |
| <i>Veličina naselja prema broju stanovnika</i> |          |
| Do 2000 stanovnika                             | 42,2     |
| 2000 – 10000                                   | 13,8     |
| 10000 – 100000                                 | 18,8     |
| Preko 100000                                   | 25,2     |
| <i>Spol</i>                                    |          |
| Ženski   | 59,2     |
| Muški  | 40,8     |
| <i>Godine</i>                                  |          |
| 15-24  | 18,1     |
| 25-34  | 21,3     |
| 35-44  | 17,9     |
| 45-54  | 16,8     |
| 55-64  | 10,8     |
| 65 i više                                      | 15,1     |
| <i>Bračno stanje</i>                           |          |
| Neoženjen/neudana                              | 27,2     |
| Oženjen/udata, izvanbračna zajednica           | 57,3     |
| Udovac/udovica, rastavljen/rastavljena         | 15,5     |
| <i>Obrazovanje</i>                             |          |
| Nezavršena osnovna škola                       | 7,8      |
| 8 razreda osnovne škole                        | 16,1     |
| 2 ili 3 godine škole (KV ili VKV)              | 15,6     |
| Četverogodišnja srednja škola                  | 45,1     |
| Viša škola ili fakultet                        | 15,4     |
| <i>Radni položaj</i>                           |          |
| Zaposlen – stalni radni odnos                  | 40,9     |
| Zaposlen – određeno radno vrijeme              | 4,4      |
| Nezaposlen                                     | 54,7     |
| <i>Mjesečna primanja kućanstva</i>             |          |
| Do 1500 kn                                     | 13,1     |
| 1501-3000 kn                                   | 21,5     |
| 3001-5000 kn                                   | 36,1     |
| 5001-7000 kn                                   | 15,5     |
| Više od 7000 kn                                | 12,7     |
| Bez odgovora                                   | 1,1      |

Visok stupanj medijske zainteresiranosti može se povezati s dobivenim odgovorima na ovo pitanje, jer je najveći postotak ispitanika (44%) odabrao upravo ispravnu definiciju (slika 1.). Sličnost između prve i treće (ispravne) definicije razlog je visokom postotku ispitanika (36%) koji se opredijelio za prvu definiciju.

**Slika 1. Poznavanje pojmova**



Analizom demografskih varijabli ustanovljeno je kako su i muškarci i žene u jednakom omjeru upoznati ovom problematikom i posjeduju gotovo identičan stupanj poznavanja pojmova. Promatrajući po regijama Republike Hrvatske, uočava se kako najviši stupanj upoznatosti ovom tematikom posjeduju ispitanici iz Istre, Sjevernog Jadrana i Gorskog kotara, iz velikih gradova s preko 100,000 stanovnika, 45-54 godina starosti, samci (neoženjeni/neudane), zaposleni na određeno vrijeme i visoko obrazovani.

S druge strane, najniži stupanj poznavanja ove problematike uočen je kod ispitanika iz Slavonije, iz malih gradova (do 2,000 stanovnika), 65 godina starosti, bračnog statusa - udovac/udovica ili rastavljeni, nezaposleni i nisu završili osnovnu školu.

Najviši stupanj poznavanja genetski modificiranih proizvoda pokazali su ispitanici u kućanstvima s najvišim mjesečnim primanjima, dok su najniži stupanj pokazali ispitanici u kućanstvima koja nisu htjela odgovoriti na to pitanje (što ukazuje na činjenicu kako hrvatski potrošači ne žele otkrivati takve informacije iako je riječ o anonimnim anketiranjima).

U izvore dobivanja podataka o ovakvim proizvodima te svih vrsta informacija (bilo onih koje navode prednosti ili onih koje opisuju negativne primjere uporabe takvih proizvoda) vezanih za genetski modificirane proizvode ubrajaju se TV, časopisi, radio, svakodnevni neformalni razgovori i sl. Moglo se očekivati kako će se najveći broj ispitanika opredijeliti za TV (61,9%) i časopise (40,4%) kao najčešći izvor dobivanja podataka. I ovdje možemo analizirati dobivene rezultate s obzirom na demografske karakteristike ispitanika, te vidimo kako posredstvom TV najviše informacija o genetski modificiranim proizvodima dobivaju ispitanici iz Slavonije, iz malih gradova (do 2,000 stanovnika), 55-64 godina starosti, u bračnoj zajednici, nezaposleni i bez završene osnovne škole. Za razliku od njih, najmanje informacija o genetski modificiranim proizvodima, njihovim prednostima

i nedostacima posredstvom TV dobivaju ispitanici koji su iz grada Zagreba i okolice, stanuju u velikim gradovima s više od 100,000 stanovnika, pripadaju mlađoj dobnoj skupini (15-24 godine starosti), samci, zaposleni na određeno radno vrijeme, te imaju završenu srednju školu. Kućanstva s najvišim mjesečnim prihodima navela su TV kao najvažniji izvor informiranja o genetski modificiranim proizvodima.

Usporedba genetski modificiranih prehrambenih proizvoda s onima koji nastaju prirodnim načinom provedena je tako da su se ispitanici morali opredijeliti za jednu od ponuđenih tvrdnji:

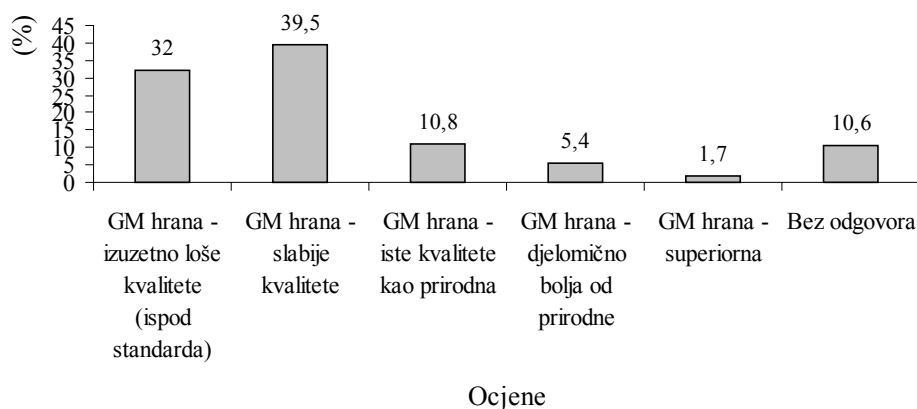
- genetski modificirana hrana izuzetno je loše kvalitete (ispod standarda) i opasna za ljudsko zdravlje za razliku od hrane dobivene prirodnim načinom
- genetski modificirana hrana je nezdrava i slabije kvalitete u odnosu na hranu dobivenu prirodnim načinom
- genetski modificirana hrana gotovo je iste kvalitete kao i ona dobivena prirodnim načinom
- genetski modificirana hrana u skladu je sa standardima o kvaliteti hrane i djelomično je bolja od hrane dobivene prirodnim načinom
- genetski modificirana hrana superiorna je u odnosu na hranu dobivenu prirodnim načinom.

Dobiveni rezultati od izuzetne su važnosti za prehrambenu industriju Republike Hrvatske jer upućuju na opredijeljenost hrvatskih potrošača za izvornim domaćim proizvodima. Oni također sugeriraju na veća državna ulaganja u poljoprivredu i kreiranje eko-programa za poticaj proizvodnje i plasiranja kvalitetnih hrvatskih proizvoda, poput uspješno provedenih akcija Hrvatske gospodarske komore «Kupujmo hrvatsko». Na slici 2. vidljivo je kako najviši postotci pripadaju upravo «lošim» ocjenama genetski modificirane hrane, gdje 32% ispitanika smatra kako je takva vrsta hrane izuzetno loše kvalitete (ispod standarda) i opasna za ljudsko zdravlje, a 39,5% ispitanika da je ona nezdrava i slabije kvalitete u odnosu na hranu dobivenu prirodnim načinom.

Ocjenjujući genetski modificiranu hranu u usporedbi s genetski nemodificiranom hranom u odnosu na demografske karakteristike, istraživanje ukazuje da najveći postotak ispitanika koji posjeduje izuzetno negativan stav prema genetski modificiranoj hrani potječe iz Dalmacije, velikih gradova s preko 100,000 stanovnika, uglavnom su žene dobi 34-45 godina, u bračnoj zajednici, zaposleni na neodređeno vrijeme i visokog stupnja obrazovanja. S druge strane, najveći broj ispitanika koji ne smatraju genetski modificiranu hranu tako lošom u usporedbi s hranom dobivenom klasičnim metodama potječe iz Sjeverne Hrvatske, gradova s 10,000-100,000 stanovnika, muškog su spola dobi iznad 65 godina, riječ je o nezaposlenima koji nisu završili osnovnu školu te im je bračno stanje udovac/udovica ili rastavljen/rastavljena.



## Slika 2. Usporedba ocjena genetski modificirane s genetski nemodificiranom hranom



Prilikom analize upoznatosti hrvatskih potrošača proizvodnjom i prodajom genetski modificiranih proizvoda na teritoriju Republike Hrvatske ustanovljeno je kako najveći postotak ispitanika smatra kako je u Hrvatskoj već prisutna proizvodnja i prodaja genetski modificiranih proizvoda. Činjenica je da se na policama naših prodavaonica i na stolovima tržnica sve više vidi uvezno voće i povrće koje svojim oblikom, bojom i svježinom ne jamči svoje prirodno podrijetlo. Domaći su prodavači u promidžbene svrhe odlučili iskoristiti želje potrošača za neprskanim, ekološki čistim i genetski nemodificiranim proizvodima, te se susrećemo s činjenično nedokazanim oglasima koji «domaće i prirodno» nude po izuzetno visokim cijenama.

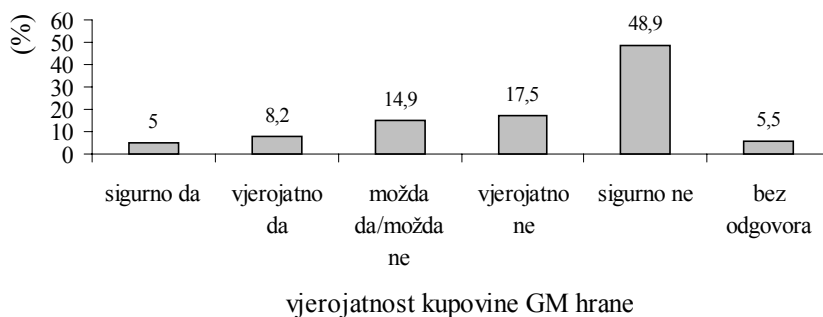
Na ovu temu mogu se nadovezati rezultati dobiveni postavljanjem pitanja vjerojatnosti kupovine takvog asortimana prehrambenih proizvoda (genetski modificirana hrana) u slučaju da je on jeftiniji i posebno označen. Ispitanici su mogli birati između ponuđenih alternativa:

- «sigurno bih kupio genetski modificirane prehrambene proizvode kad bi oni bili jasno označeni i jeftiniji od proizvoda dobivenih prirodnim načinom» (riječ je o proizvodima istog izgleda i okusa)
- «vjerojatno je da bih kupio genetski modificirane prehrambene proizvode kad bi oni bili jasno označeni i jeftiniji od sličnih proizvoda dobivenih prirodnim načinom»
- «i da i ne, što se tiče kupovine genetski modificiranih prehrambenih proizvoda kad bi oni bili jasno označeni i jeftiniji od sličnih proizvoda dobivenih prirodnim načinom»
- «vjerojatno ne bih kupio genetski modificirane prehrambene proizvode bez obzira što bi oni bili jasno označeni i jeftiniji od sličnih proizvoda dobivenih prirodnim načinom»

- «ne, nikako ne bih kupio genetski modificirane prehrambene proizvode bez obzira što bi oni bili jasno označeni i jeftiniji od sličnih proizvoda dobivenih prirodnim načinom».

Slika 3. pokazuje kako veći dio hrvatske populacije zasigurno ne bi kupio genetski modificirane proizvode (48,9% ispitanika), bez obzira na njihovo odgovarajuće označivanje i cijenu. Ako bismo ovoj skupini pridodali ispitanike koji su izjavili kako vjerojatno ne bi kupili genetski modificirane proizvode unatoč njihovoj oznaci i nižoj cijeni (17,5%) te one koji su «neodlučni» (14,9% ispitanika) glede kupovine takvih proizvoda, tada bi rezultat (odnosno stav hrvatskih potrošača prema GM prehrambenim proizvodima) bio još evidentniji (81,3% ispitanika je «protiv» kupovine GM proizvoda, ne računajući one koji nisu odgovorili na ovo pitanje).

**Slika 3. Vjerojatnost kupovine u slučaju označivanja i nižih cijena genetski modificirane hrane**



Korištenjem demografskih karakteristika uzorka, vidimo kako najveći broj ispitanika koji nikada ne bi kupili genetski modificiranu hranu bez obzira na njezino označivanje i cijenu dolazi iz Dalmacije, gradova s 2,000-10,000 stanovnika, većinom su žene, starosna skupina 45-54, u bračnoj zajednici, visoko educirani i zaposleni na određeno radno vrijeme. Najmanji postotak ispitanika koji nikada ne bi kupili genetski modificiranu hranu bez obzira na njezino označivanje i cijenu nalazi se u sjevernoj Hrvatskoj, gradovima s 10,000-100,000 stanovnika, uglavnom su muškarci dobi 15-24 godine, samci sa završenom osnovnom školom, ali nezaposleni. Nadalje, najmanja je vjerojatnost kupovine takvih proizvoda kod ispitanika u kućanstvima s najvišim mjesečnim prihodima.

Pitanje koje je na neki način zaokružilo ovu temu odnosilo se na značenje prisustva prirodnih (genetski nemodificiranih) prehrambenih proizvoda na policama prodavaonica prilikom odabira mjesta kupovine odnosno može li takav asortiman biti ključan čimbenik zašto su potrošači lojalni određenim maloprodavačima. Ovo je područje istraživano tijekom druge faze (kako bi na određen način potvrdilo nalaze prve faze) istraživanja i ustanovljeno je da 77% ispitanika smatra kako se na policama hrvatskih prodavaonica nude uglavnom zdravi proizvodi, dok 14% ispitanika nije zadovoljno prodajnim mjestima gdje kupuju prehrambene proizvode i očekuje neka druga rješenja kako bi osigurali svoje temeljno pravo da kupujući i konzumirajući hranu, ne ugrožavaju vlastito zdravlje.

## 5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Asortiman proizvoda maloprodavača postao je za potrošača bitan element prilikom odabira prodavaonice i donošenja odluka o kupovini. Kako utjecaj procesa internacionalizacije i globalizacije tržišta ima za posljedicu prisustvo velikog broja maloprodavača slične kvalitete i asortimana proizvoda, maloprodavači moraju definirati karakteristike asortimana proizvoda kojima će se diferencirati u odnosu na konkurenciju. Strategija ponuđenog asortimana instrument je konkurentne prednosti maloprodajnih poduzeća kada se odlikuje jedinstvenom prepoznatljivošću za potrošače i većom dodajnom vrijednošću od konkurencije.

Cilj ovoga rada bio je da se ustanovi mogućnost kako asortiman proizvoda, preciznije definirano asortiman tradicionalno uzgojenih prehrambenih proizvoda (koji nisu genetski modificirani), postaje ključni element konkurentnosti hrvatskih poduzeća, ne samo maloprodavača već i proizvođača, poljoprivrednika. Naime, prehrambena industrija i ostali subjekti koji posluju hranom, što naravno uključuje i trgovinu hranom, danas sve više (što je i trend na međunarodnoj razini) nastoje svoje poslovanje obavljati u skladu s 3 E (14, str. 88-89):

- ekonomija
- ekologija
- etika,

a sve troje djeluju u sinergiji u cilju zadovoljenja sve zahtjevnijih potrošačkih očekivanja. Nailazimo dakle na spoj ekonomskog interesa gdje se prehrambenim proizvodima formiraju takve cijene koje su ekvivalentne njihovoj kvaliteti i odgovaraju očekivanjima potrošača. Poslovanje u skladu s ekološkim interesima odnose se na održivo gospodarenje u poljoprivredi i industriji koje vodi brigu o okolišu, a etička pitanja vezana su za informiranost potrošača koji žele znati sve o proizvodima (posebice prehrambenim) koje kupuju, o njihovu sastavu, podrijetlu i tehnici proizvodnje.

U Hrvatskoj je nedavno donesen Zakon o zaštiti potrošača (NN96/2003.) kojim se uređuje zaštita osnovnih prava potrošača pri kupnji proizvoda i usluga, među kojima i pravo potrošača da budu informirani što kupuju i kakvim se mogućim rizicima izlažu potrošnjom takvih proizvoda, a to znači da genetski modificirana hrana mora na tržištu biti posebno označena (na deklaraciji, ambalaži i popratnoj dokumentaciji mora postojati vidna oznaka da proizvod sadrži ili se sastoji od genetski modificiranih organizama ili da od njih potječe) kako bi se potrošači obavijestili da je riječ o takvoj vrsti proizvoda. Stupanjem na snagu Zakona o hrani privest će se kraju rješenje ove problematike, a osnivanjem agencije za hranu (u čijem će djelokrugu biti zdravstvena ispravnost i higijena hrane, analiza rizika i upravljanje njime u kriznim situacijama) bit će osiguran jedinstveni sustav kontrole hrane koji se trenutno obavlja u trima institucijama, na što se troši oko 37 milijuna kuna proračunskog novca. Uključivanje Hrvatske u europske integracije zahtijeva i zakonsku regulativu u pogledu kvalitete i ispravnosti hrane s međunarodnim standardima i standardima Europske unije, kako bi hrvatski proizvodi imali isti položaj na tržištu kao i proizvodi iz drugih zemalja svijeta.

Ostaje, međutim, otvoreno pitanje zašto ne iskoristiti postojeće potencijale hrvatskoga gospodarstva, budući da naša zemlja raspolaže višestruko većim obradivim poljoprivrednim površinama, gospodarskim i znanstvenim potencijalima za uzgoj i preradu hrane nego što je potrebno za prehranu vlastitog stanovništva i izvoz i nema nikakve potrebe za genetski modificiranim prehrambenim proizvodima (10, str. 84-87). U tome leži i konkurentnost hrvatskoga gospodarstva, jer jamstvom potrošačima na zahtjevnim inozemnim tržištima da hrana koja dolazi iz naše zemlje udovoljava visokim standardima zdravstvene ispravnosti i kvalitete, hrvatski poslovni subjekti osiguravaju ravnopravni položaj na tržištu (ako ne i bolji) u odnosu na proizvođače iz drugih zemalja. Kao što u turističkoj ponudi naglašavamo netaknutu prirodu, tako bismo i u ovom segmentu trebali naglašavati ono «izvorno i domaće». Što se tiče stanja u maloprodaji, domaći bi maloprodavači u suradnji s poljoprivrednim proizvođačima trebali nastaviti realizaciju akcije koju je započela HGK i na svojim policama oglašavati kvalitetne domaće proizvode. Iako su takvi proizvodi skuplji od onih uvoznih, istraživanje je pokazalo kako potrošači u Republici Hrvatskoj sve više cijene kvalitetu, bez obzira na nižu cijenu i atraktivniju ambalažu. Hrvatski potrošači upoznati su prednostima i nedostacima genetski modificirane hrane i žele ostvariti temeljno pravo na kupovinu i konzumiranje hrane (jer ona predstavlja jednu od primarnih ljudskih potreba) koja ne ugrožava njihovo zdravlje. Kao što je to uspjelo engleskom trgovačkom lancu Tesco koji je na temelju prehrambenih proizvoda iz «domaće radinosti» stvorio identitet kvalitete vlastite marke i povoljan image svojih proizvoda, tako bi i domaći maloprodavači mogli započeti ekspanziju ponudom i oglašavanjem prirodnih proizvoda.

## LITERATURA

1. Anić, I.D. i Njavro, Đ.: «Primjena elektroničke trgovine kao moguće sredstvo jačanja tržišne pozicije hrvatske maloprodaje», *Ekonomska istraživanja*, br. 1, god. 13, Fakultet ekonomije i turizma «Dr. Mijo Mirković» (Pula), 2000.
2. Benady, D.: «Son of Frankenstein?», *Marketing Week*, 24 January, 2002.
3. Bilić, S.: «Razvoj trgovine – uvjet konkurentnosti hrvatskog tržišta», *Suvremena trgovina* vol. 27, br. 6 (studeni-prosinac), Zagreb, 2002.
4. Consumers International: «Labelling of genetically modified foods», *CI-Fact sheet for World Consumer Rights Day*, 2001.
5. *Cordics Focus* br. 228, Luxembourg, 8. rujna 2003-09-25.
6. Drucker, S.M.: «Concerns expressed by government scientists», [www.safefood.org/-issue/fda.html](http://www.safefood.org/-issue/fda.html)
7. Gavranović, A.: «GMO-Opet pod stručnim i društvenim povećalom», *Suvremena trgovina* vol. 28, br. 3-4 (lipanj-rujan), Zagreb, 2003.
8. Hurtado, M.E.: «GM Foods: The Fact and the Fiction», *Consumers International*, London, 2000.
9. Kulier, I.: «Genetski modificirane namirnice – Elektronska knjiga», [http://hrana.com/ek/clanci/cl\\_04.htm](http://hrana.com/ek/clanci/cl_04.htm), 2002.
10. Matasović, D.: «Genetski modificirana hrana i trgovina», *Suvremena trgovina* vol. 28, br. 3-4 (lipanj-rujan), Zagreb, 2003.
11. McGowan, K.: «Lessons from around the world», *American Demographics*, vol. 23, no. 9, 2001.
12. Prewitt, M.: «Scientists tell COEX bioengineered foods are safe, and say most Americans agree», *Nation's Restaurant News*, vol. 35, no. 12, 2001.
13. Puljić, L.J.: «Koooperacija između trgovine i proizvodnje kao strategija povećanja konkurentnosti», *Suvremena trgovina* vol. 27, br. 6 (studeni-prosinac), Zagreb, 2002.
14. Rukavina, B.: «Zakon o hrani i GMO», *Suvremena trgovina* vol. 28, br. 3-4 (lipanj-rujan), Zagreb, 2003.
15. Tipurić, D.: «Istraživanje konkurentne sposobnosti hrvatskih trgovinskih lanaca», *Ekonomski analitičar*, studeni 1994.
16. Walkley, S.: «European GMO food safety still an issue», *Frozen Food Age*, vol. 49, no. 1, 2000.