

## PROFILE OF TOURISTS IN ISTRIA WITH PREFERENCE FOR ORGANIC FOODS

### PROFIL TURISTA ISTRE S PREFERENCIJAMA ZA EKOLOŠKU HRANU

MEDICA, Ivana; RUZIC, Pavlo & AMIDZIC, Dragoljub

**Abstract:** Authors created a profile of a tourist who generally enjoys organic foods in his/hers native country and would prefer to continue with the consumption of the same during their holiday period. Assessing the general qualities of such tourists, that prefer consumption of organic food, creates a stable base to further develop marketing activities whose ultimate. Authors based their assumptions on the field survey conducted in 2007. and 2008 performed in the region of Istria. The aim of the survey was to assess the overall preference for organic foods as well as willingness to pay a higher price to maintain similar nutritional life-style while on holidays. Based on the socio-demographic, economic and other characteristics of those included in the survey, a general profil of a tourist has been created to accomodate his/hers preference for eco-gastronomical foods.

**Key words:** profile of a tourists in Istria, organic nutrition, preferences, gastronomic supply

**Sažetak:** Autori u radu detektirali su profil turista koji koriste eko-gastronomsku ponudu u svojoj zemlji i koji bi istu konzumirali u ugostiteljskim i drugim objektima turističke destinacije za vrijeme trajanja njihovog odmora. Detektiranje takve skupine turista koja preferira eko-gastronomsku ponudu predstavlja dobar temelj za daljnje marketinške aktivnosti u cilju stvaranja privlačnog doživljaja s eko-hranom. Navedenu pretpostavku autori analiziraju na temelju rezultata anketnog istraživanja provedenog u 2007. i 2008. godini. Anketirani turisti provodili su odmor u Istri, a provjeravalo se; da li oni preferiraju ekološki pripremljenu hranu i da li su spremni za takvu hranu više platiti? Na temelju sociodemografskih, ekonomskih i drugih obilježja ispitanih turista utemeljen je profil s njihovim preferencijama eko-gastronomске ponude.

**Ključne riječi:** profil turista Istre, ekološka hrana, preferencije, gastronomska ponuda



**Authors' data:** Ivana Medica, Phd student, Učiteljski fakultet Zagreb, medicaivana@gmail.com; Pavlo Ruzic, dr. sc. Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, pavlo@iptpo.hr; Dragoljub Amidzic, doc. dr. sc. VPŠ Višnja, dragoljub.amidzic@zg.htnet.hr

## 1. Uvod

Prema Mahony [1] u EU ima oko 5.7 miliona hektara poljoprivrednog zemljišta raspoloživog za proizvodnju eko-hrane (organske hrane), što predstavlja oko 3.6% poljoprivrednog prostora. Nadalje, isti autor navodi kako Italija ima najviše zemljišta pod organskom proizvodnjom hrane. Najveću organsku proizvodnju hrane ima Danska (5%) a nju prate Švedska (3%) i Njemačka (2.6%). Austrija ima najveći udio poljoprivrednog zemljišta za proizvodnju eko-hrane. Prema dosadašnjim istraživanjima, eko-hranu najviše koriste Nijemci 30% od ukupne potrošnje, što ih rangira na vrh najvećih potrošača. Zabrinutost za zdravstvenu sigurnost hrane, raširenost masovne, intenzivne poljoprivredne proizvodnje te briga za zaštitu čovjekove okoline uzroci su uspona organske proizvodnje u posljednjih 10-tak godina. U današnje vrijeme, supermarketi u EU imaju čitava odjeljenja s organskim proizvodima, a razlozi ovolike potrošnje su etički, s ciljem zaštite okoline i zabrinutosti za zdravlje. Prema procjenama OECD-a, ljudi kupuju organsku hranu uglavnom jer shvaćaju njenu ulogu u smanjenju rizika po zdravlje (36%). Sljedeći najvažniji razlog za kupovinu je uvjerenost da je hrana boljeg ukusa (31%), slijede oni koji organsku hranu smatraju više „prirodnu“ (25%) i oni koji po svaku cijenu žele izbjeći genetski modificirane proizvode (12%). U najmanjem postotku (5%) su oni koji smatraju da upotrebom ovih proizvoda pomažu zaštitu životne okoline. Danas se potražnja za ekološkom hranom stalno povećava. Svjetska potražnja za ekološkom hranom raste godišnjom stopom od 20% [2]. Očekuje se da maloprodaja ekološki proizvedene hrane premaši 82 milijarde USD do 2008. godine. Proizvodnja ekološke hrane i njena zastupljenost na hrvatskom tržištu sve je veća. Ipak kod nas je još uvijek premalo eko proizvođača da bi se formiralo tržište s naglaskom na domaćoj proizvodnji [3].

## 2. Eko-gastronomska ponuda i njena percepcija od turista u Istri

Leko-Šimić [4] navodi kako se pojam ekološke hrane u Hrvatskoj često označuje kao „zdrava hrana. Budući da sva hrana namijenjena tržištu mora biti zdrava, pa se pod ovim pojmom u Hrvatskoj uključuje „uglavnom one ponude hrane koji su proizvedeni bez imalo ili s vrlo ograničenim dodacima tijekom cijelog procesa proizvodnje. Od umjetnih gnojiva, raznih pesticida, herbicida i sličnoga u fazi poljoprivredne proizvodnje do dodanih sastojaka u procesu prerade ili pripreme“. Isticati drugačiju primjenu znanosti u proizvodnji od one u konvencionalnoj poljoprivredi, primjereno je govoriti o ekološkoj, organskoj, biološkoj, pa i tradicionalnoj.

U posljednjih je deset godina, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj, povećano zanimanje za ekološku poljoprivredu na čijim proizvodima se temelji eko-gastronomska ponuda. Zanimanje se pokazuje u više pravaca, a među kojim se ističu: povezivanje ekološke poljoprivrede i turizma [5], poboljšanje cjelokupne turističke ponude [6], povećana briga o zdravlju potrošača. Navedeni su razlozi za kvalitetan razvitak ekološke poljoprivrede i uključivanje eko-proizvoda u gastronomsku i turističku ponudu.

### 3. Metodologija istraživanja

U radu je ispitan profil turista prema preferencijama eko-hrane. Ključni elementi istraživanja su utvrđivanje potrošačkih navika turista pri konzumiranju ekološke hrane, stavovi turista Istre o potrošnji ekološke hrane, zainteresiranost turista Istre za ekološku hranu, spremnost turista Istre za plaćanje više za ekološku hranu.

Za potrebe istraživanja korištena je tradicionalna i digitalna literatura za teorijski doprinos na području gastronomije u turizmu. Empirijski dio istraživanja temelji se na rezultatima anketiranja u 2007. i 2008. godini. Instrument istraživanja bio je anketni upitnik koji se sastojao od 3 grupe pitanja; pitanja koja istražuju navike konzumiranja eko-hrane, pitanja za istraživanje obilježja turista koji čine potencijalnu skupinu potrošača eko-hrane i pitanja za ispitivanje preferencija. Anketni upitnici su prije upotrebe testirani kako bi se uklonile eventualne pogreške. Anketiranje je provedeno na populaciji turista priobalne Istre, među turistima koji su bili smješteni u hotelima, kampovima i privatnom smještaju. Distribucija anketa provodila se osobnim dijeljenjem istraživača IPTPO za vrijeme doručka. Ispunjene ankete turisti su vraćali anketarima nakon doručka. Za anketiranje korišten je prigodan uzorak od 1300 pravilno ispunjenih anketa.

### 4. Rezultati istraživanja i diskusija

Provedenim istraživanjem u ovom radu utvrđen je profil turista koji ukazuje na postojanje navika i zainteresiranost turista Istre za ekološki pripremljenu hranu.

Provedenim istraživanjem utvrđeno je da turisti koji posjećuju Istru imaju stvorene navike za kupovinu i konzumaciju ekološke hrane. Rezultati anketiranja Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč 2008. godine, govore da preko 63% anketiranih turista kupuje ekološku hranu u svojoj zemlji. Ekološku hranu turisti u svojoj domicilnoj zemlji kupuju i konzumiraju prema sljedećem redoslijedu: specijalizirane trgovine, tržnica, ostale trgovine, direktno od proizvođača, ostalo, specijalizirani restorani. Najveći broj turista se izjasnilo da u svojoj zemlji kupuju ekološku hranu u specijaliziranim trgovinama, tržnici i direktno od proizvođača. Isto tako, iz pokazatelja provedenog istraživanja može se uočiti da ekološku hranu turisti konzumiraju u restoranima, no takvi su u manjini. Nadalje Istraživanjem 2008. godine je ustanovljeno da su 70% anketiranih turista zainteresirani za kupovinu i konzumiranje ekološki proizvedene hrane za vrijeme svog boravka u Istri.

Većina anketiranih turista se izjasnilo kako su zainteresirani za konzumiranje ekološke hrane u Istri i spremni su je kupovati na isti način i na istim mjestima kao i u svojoj zemlji, a to su specijalizirane trgovine, tržnica, od proizvođača, te u nešto većem obujmu spremni su je konzumirati u specijaliziranim restoranima za što se izjasnilo 9.8% anketiranih. Istraživanje interesa turista za ekološkom hranom prema sociodemografskim obilježjima: dob, spol, obrazovanje, zanimanje, visini mjesečnih primanja i kategoriji objekta prikazano je u tablicama od 1.-7. (Istraživanje Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč, 2008.). U tablici 1. daju se pokazatelji koji prezentiraju interes turista za eko-hranu prema starosnoj dobi. Turisti prema

starosnoj dobi su grupirani u 5 skupina i to: starosna dob od 16-24, zatim 25-34, 35-44, 45-54 i 55 i više godina.

Starosna dob anketiranih turista	Izjašnjavanje turista u %	Rang
16-24	7,42	5
25-34	18,57	4
35-44	26,10	2
45-54	27,38	1
55 i više	20,53	3
Nije se izjasnilo	4,65	

Tablica 1. Turisti zainteresirani za konzumaciju ekološke hrane tijekom boravka u Istri prema dobi

Iz pokazatelja tablice 1 može se primijetiti, da za ekološku hranu najviše su zainteresirani turisti starosne dobi od 45 do 54 godina, za što se izjasnilo 27,38% anketiranih. Nadalje iz tablice se može uočiti da zainteresiranost turista za eko-gastronomsku ponudu nije izrazito ovisna o starosnoj dobi jer su sve dobne skupine anketiranih, osim onih najmlađih 16-24 godine, pokazale podjednak visok interes za takvu ponudu.

Anketirani turisti prema spolu	Izjašnjavanje turista u %	Rang
Ženski	60,10	1
Muški	39,90	2
Nije se izjasnilo	12,39	

Tablica 2. Turisti zainteresirani za konzumaciju ekološke hrane tijekom boravka u Istri prema spolu

Ženska populacija turista je više zainteresirana za ekološku hranu od muške, za što se izjasnilo 60,10% anketirane ženske populacije.

Anketirani turisti prema obrazovanju	Izjašnjavanje turista u %	Rang
Osnovna škola	8,19	4
Srednja škola	27,32	2
Viša ili fakultet	52,02	1
Magisterij ili doktorat	12,47	3
Nije se izjasnilo	6,86	

Tablica 3. Turisti zainteresirani za konzumaciju ekološke hrane tijekom boravka u Istri prema stupnju obrazovanja

Najviše interesa za ekološku hranu iskazuju turisti s višom i visokom školskom spremom, za što se izjasnilo 52,02% anketiranih. Na drugom mjestu po intenzitetu interesa za ekološku hranu su pokazali anketirani turisti sa srednjom školom, te oni s

magisterijem i doktoratom. Najmanji interes za ekološkom hranom su pokazali anketirani s osnovnom školom.

Anketirani turisti prema zanimanju	Izjašnjavanje turista u %	Rang
Privatni poduzetnik	13,4	4
Menadžer	20,33	2
Službenik	29,43	1
Radnik	6,10	6
Student/učenik	4,07	7
Umirovljenik	8,13	5
Nezaposlen	1,08	8
Ostalo	17,82	3
Nije se izjasnilo	7,52	

Tablica 4. Turisti zainteresirani za konzumaciju ekološke hrane tijekom boravka u Istri prema zanimanju

Analiza zainteresiranosti za ekološku hranu turista Istre prema zanimanju pokazuje da su za ovu vrstu hrane najviše zainteresirani pripadnici službeničkog staleža, za što se izjasnilo 29,43% anketiranih.

Anketirani turisti prema mjesečnim primanjima	Izjašnjavanje turista u %	Rang
Do 500 eura	6,02	5
Do 1000 eura	21,94	3
Do 2000 eura	33,98	1
Do 5000 eura	29,25	2
Preko 5000 eura	8,82	4
Nije se izjasnilo	48,56	

Tablica 5. Turisti zainteresirani za konzumaciju ekološke hrane tijekom boravka u Istri prema visini mjesečnih primanja

Turisti s višim primanjima pokazuju veći interes za ekološkom hranom, što je vidljivo iz podataka tablice broj 5.

Anketirani turisti prema kategoriji hotela	Izjašnjavanje turista u %	Rang
Anketirani smješteni u hotelu s 4 i više zvjezdica	67,98	1
Anketirani turisti smješteni u hotelu s 3 zvjezdica	32,02	2
Nije se izjasnilo	1,88	

Tablica 6. Turisti zainteresirani za konzumaciju ekološke hrane tijekom boravka u Istri prema kategoriji hotela

Pokazatelji u tablici broj 6. pokazuju interes turista Istre za ekološku hranu s obzirom na kategoriju smještaja koju koriste. Veći interes za ekološku hranu pokazuju oni turisti koji koriste za smještaj hotele s četiri i više zvjezdica. Provedeno istraživanje u Španjolskoj, također pokazuje da je veći interes za ekološkom hranom kod turista koji provode odmor u hotelima s 3, 4, i 5 zvjezdica, o tome se izjasnilo 30% anketiranih [7]. Anketirani turisti u Istri pokazuju ne samo da su zainteresirani za ekološku hranu, već su i za istu spremni platiti više.

Anketirani turisti spremni platiti više za eko-hranu	Izjašnjavanje turista u %	Rang
Spremni platiti 10-15% više	52,0	1
Spremni platiti 20-30% više	8,0	2
Spremni platiti 5-10% više	2,0	4
Nisu spremni platiti više	9,0	3
Nisu se izjasnili	29,0	2

Tablica 7. Stavovi turista o spremnosti "platiti više" za ekološki proizvedenu hranu

Tablica 7. daje zanimljive podatke prema kojima je 52% anketiranih turista spremno platiti 15-20% skuplje ekološki proizvedenu hranu. Ne treba zanemariti ni činjenicu da bi 8 % anketiranih turista platilo još više za ekološku hranu, čak 20-30% skuplje. To ponovo govori da treba ponuditi kvalitetnu ekološku hranu, a kvaliteta sa sobom nosi više cijene i preporuku. Trend turizma u današnje vrijeme usmjeren je na „industriju zdravlja“, a hrana je iznimno važan segment. S toga ako su turisti koji dolaze u Istru spremni platiti više za zdravu hranu, ostaje otvoreno pitanje zašto se ne radi na takvim proizvodima?

## 5. Zaključak

Provedenim istraživanjem ustanovljen je profil turista Istre potencijalnih konzumenta eko-gastronomске ponude. Profil općenito pokazuje:

- da je više od polovice anketiranih turista zainteresirano za eko-gastronomsku ponudu,
- zainteresiranost turista za eko-gastronomsku ponudu nije izrazito ovisna o starosnoj dobi jer su sve dobne skupine anketiranih, osim 16-24 godine, pokazale interes za takvu ponudu,
- financijske mogućnosti turista nisu barijera konzumiranja eko-gastronomске ponude, jer su jednaku zainteresiranost pokazale skupine koje imaju primanja 500 EUR-a i one koje imaju preko 2000 EUR-a mjesečna primanja,
- ekološki proizvedena hrana je ocjenjena kao traženi proizvod kod anketiranih, a Istra ima sve preduvjete da postane prepoznatljiva s tom ponudom.

Nadalje u svezi s ustanovljenim profilom može se primijetiti da se radi o:

1. većim skupinama potencijalnih konzumenata, s obzirom da se 63% anketiranih turista izjasnilo da u svojoj zemlji kupuju i konzumiraju ekološku hranu. Isto

tako 70% anketiranih turista se izjasnilo da su ekološku hranu spremni koristiti i u Istri za vrijeme svog boravka.

2. Zanimljiva je skupina turista Istre s preferencijama ekološke hrane prema socio-demografskim obilježjima u kojoj je:
  - a) za ekološku hranu više zainteresirana ženska populacija turista od muške,
  - b) s gledišta starosne dobi, za ekološku hranu više je zainteresirana populacija turista srednjih godina (45-54 godine) u odnosu na mlađe i starije turiste,
  - c) s gledišta obrazovanja, najviše su zainteresirani visoko obrazovani turisti s višom školom ili fakultetom,
  - d) s gledišta zanimanja, najviše se interesiraju za ekološku hranu iz službeničkog staleža,
  - e) s gledišta visine mjesečnih primanja turista najviše su zainteresirani za ekološku hranu oni s primanjima do 2000 eur-a mjesečno,
  - f) više sklonosti ekološkoj hrani imaju turisti koji su smješteni u hotelima s 4 i više zvjezdica.
  - g) i na kraju interesantna je skupina, koja ne samo da preferira ekološku hranu, već je za istu spremna platiti više.

Ustanovljeni profil turista daje jasne poruke nositeljima gastronomske ponude Istre da bi se trebali educirati o ekološkoj hrani i poboljšati odnos prema turistima koji su je spremni konzumirati. Dobivene spoznaje mogu poslužiti kao solidna osnova za koncipiranje marketinškog pristupa radi stvaranja prihvatljive i konkurentne gastronomske ponude Istre.

## 6. Literatura

- [1] Mahony, H. (2008). *Sve veće potrebe EU za organskom hranom*, Sunday, 23 March Dostupno na: <http://www.aic.ba/evropska-unija/50-sve-vece-potrebe-eu-za-organskom-hranom.html> Pristup: 15-04- 2010
- [2] Squires, L.; Juric, B. & Cornwell, B. T. (2001). Level of market development and intensity of organic food consumption: cross-cultural study of Danish and New Zealand consumers, *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 18, No. 5, str. 392-409, ISSN 0736-3761
- [3] Radman, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic product in Croatia. *British food journal*. Vol. 107, No. 4, str. 263-273, ISSN 007-070x
- [4] Leko-Šimić, M. (2002). *Marketing hrane*, Ekonomski fakultet Osijek, ISBN 953-6073-64-1, Osijek
- [5] Kušen, E.(2002). Međusobna ovisnost ekološke poljoprivrede i turizma, *Turizam*, 50/1, str. 79-89, ISSN 1332-7461
- [6] Meler, M. & Cerović, Z. (2003). Food Marketing in the Function of Tourist Product Development, *British food Journal*, 105/3, str. 175-192, ISSN 007-070x
- [7] Fernandez, P. L., Baquez, M. Y. & Matamoros, T. A. (2003). Los alimentos ecologicos, los preferidos de los turistas del siglo XXI, *Revista del Jardin Botanico Nacional*; Vol. 24 Issue ½, p 23-26, ISSN, 02535696

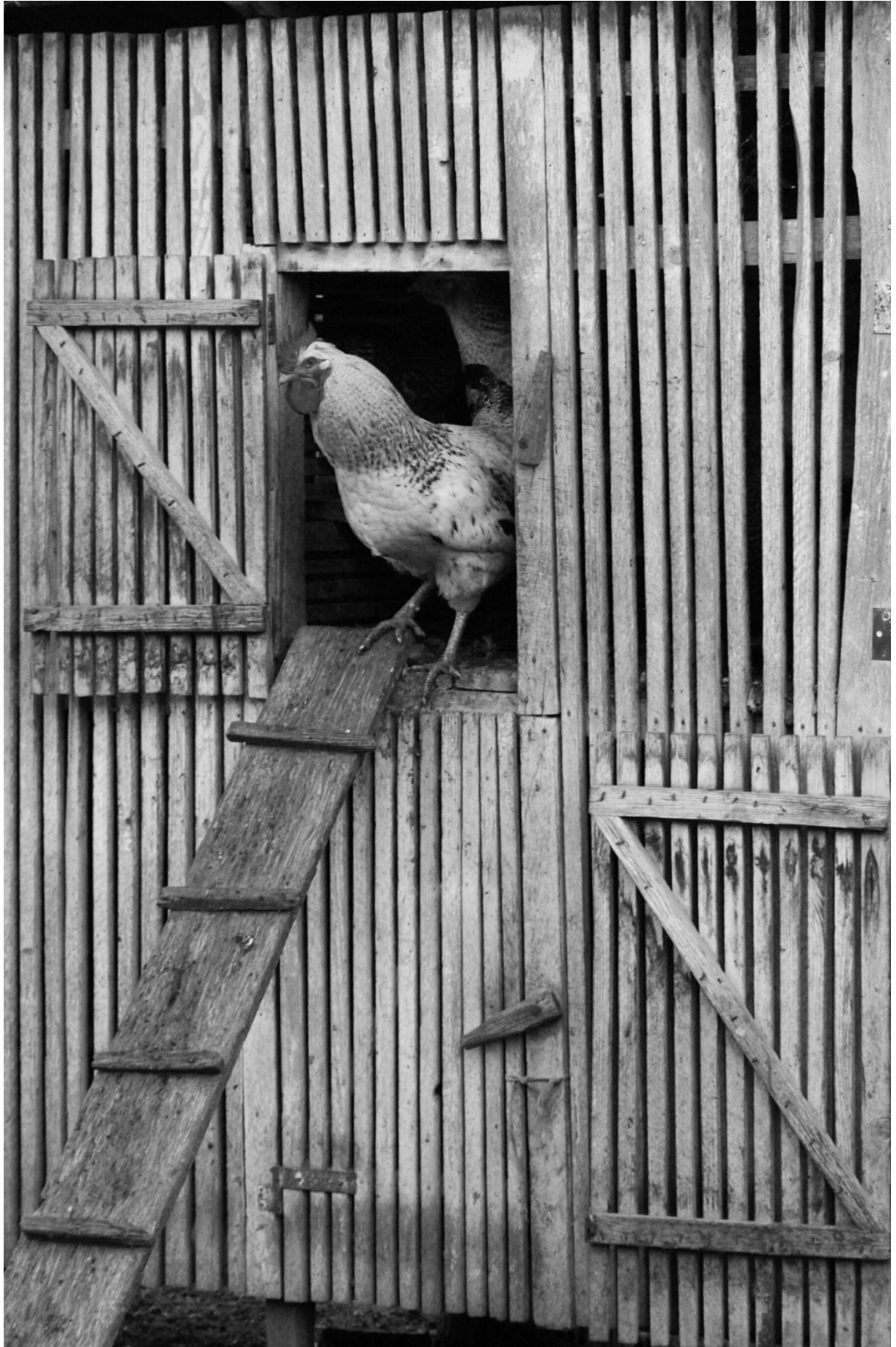


Photo 109. Rooster / Pijetao