

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA AGRONOMIJO

Marta PODKORITNIK

TRŽENJE ČEBELARSKIH IZDELKOV

DIPLOMSKO DELO

Visokošolski strokovni študij

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA AGRONOMIJO

Marta PODKORITNIK

TRŽENJE ČEBELARSKIH IZDELKOV

DIPLOMSKO DELO
Visokošolski strokovni študij

MARKETING OF THE BEES PRODUCT

GRADUATION THESIS
Higher professional studies

Ljubljana, 2009

Diplomsko delo je zaključek visokošolskega strokovnega študija agronomije, smer hortikultura. Opravljeno je bilo na Biotehniški fakulteti, Oddelku za agronomijo na Katedri za agrometeorologijo, urejanje kmetijskega prostora ter ekonomiko in razvoj podeželja.

Študijska komisija Oddelka za agronomijo je za mentorico diplomske naloge imenovala prof. dr. Katjo Vadnal.

Komisija za oceno in zagovor:

Predsednik: akademik prof. dr. Ivan Kreft

Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Članica: prof. dr. Katja Vadnal

Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Član: izr. prof. dr. Andrej Udovč

Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo

Datum zagovora:

Diplomsko delo je rezultat lastnega raziskovalnega dela. Podpisana se strinjam z objavo diplomskega dela v polnem tekstu na spletni strani Digitalne knjižnice Biotehniške fakultete. Izjavljam, da je diplomsko delo, ki sem ga oddala v elektronski obliki identično tiskani obliki.

Marta Podkoritnik

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

ŠD	Vs
DK	UDK 638.16:339.1 (497.4) (043.2)
KG	trženje / čebelarški izdelki / med / Slovenija
KK	AGRIS E72
AV	PODKORITNIK, Marta
SA	VADNAL, Katja (mentorica)
KZ	SI-1000 Ljubljana, Jamnikarjeva 101
ZA	Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za agronomijo
LI	2009
IN	TRŽENJE ČEBELARŠKIH IZDELKOV
TD	Diplomsko delo (visokošolski strokovni študij)
OP	IX, 28 [2] str., 15 preg., 7 sl., 1 pril., 15 vir.
IJ	sl
JI	sl/en
AI	V zadnjih letih se čebelarstvo vztrajno uveljavlja kot enakopravna kmetijska dejavnost. Čebelarška zveza Slovenije razvija odnose med kupci in čebelarji. V času od septembra 2007 do januarja 2008 je izvedla anketo, s katero so želeli dobiti boljši vpogled v porabo in nakup medu v slovenskih gospodinjstvih. Pri anketiranju so uporabili vprašalnik, ki je bil del zgibanke Čebelica moja prijateljica. Ugotovili smo, da anketirana gospodinjstva porabijo povprečno letno na člana 1,47 kg medu. Kar 90 % anketiranih gospodinjstev je kot najpomembnejši dejavnik nakupne odločitve navedlo kakovost medu. Poznavanje čebelarja, torej tudi porekla medu, je najpomembnejši dejavnik pri nakupu medu za 23 % anketiranih. Ceno kot najpomembnejši dejavnik navaja 7 % anketiranih, embalažo pa dober odstotek.

KEY WORDS DOCUMENTATION

DN Vs
DC UDC 638.16:339.1 (497.4) (043.2)
CX marketing / bees product / honey / Slovenia
CC AGRIS E72
AU PODKORITNIK, Marta
AA VADNAL, Katja (supervisor)
PP SI-1000 Ljubljana, Jamnikarjeva 101
PB University of Ljubljana, Biotechnical Faculty, Department of Agronomy
PY 2009
TI MARKETING OF THE BEES PRODUCT
DT Graduation Thesis (Higher professional studies)
NO IX, 28 [2] p., 15 tab., 7 fig., 1 ann., 15 ref.
LA sl
AL sl/en
AB In the last years the apiculture has become the equal agricultural activity. The Apiculture Association of Slovenia has been developing the relationships between the buyers and the sellers. In the period of September 2007 and January 2008, the survey has been conducted, which enabled the better view on consumption of the purchase and selling of honey in Slovenian homes. With the survey, the list of questions has been used, which is a part of marketing material Bee - My Friend (Čebelica moja prijateljica). It was found out, that the households included in this survey use on average 1.47 kilos of honey. 90 % of the households included in the survey have named as the most important factor for purchasing honey – the quality of honey. Knowing the producer of honey, and also the origin of honey is considered as the most important by 23 % of households. Price is considered as the most important factor to 7 % of the homes and the packaging to 1 %.

KAZALO VSEBINE

Ključna dokumentacijska informacija	III
Key words documentation	IV
Kazalo vsebine	V
Kazalo preglednic	VI
Kazalo slik	VII
Kazalo prilog	VIII
Okrajšave in simboli	IX
1 UVOD	1
1.1 POVOD	1
1.2 CILJ	1
1.3 HIPOTEZE	1
2 PREGLED OBJAV	2
2.1 STANJE NA PODROČJU ČEBELARSTVA V SLOVENIJI	2
2.1.1. Slovensko čebelarstvo skozi čas	2
2.1.2 Čebelarstvo v Sloveniji danes	3
2.1.3 Ekonomika in trženje v čebelarstvu	7
2.2 NAKUPNO OBNAŠANE	11
2.2.1 Model nakupnega obnašanja	11
2.2.2 Nakupno obnašanje kupcev medu	12
3 MATERIAL IN METODE	13
4 REZULTATI	14
4.1. PORABA MEDU V ANKETIRANIH GOSPODINJSTVIH	14
4.2 VIR MEDU	17
4.2.1 Z medom samooskrbna gospodinjstva	17
4.2.2 Nabavni viri medu	18
4.3 DEJAVNIKI NAKUPNE ODLOČITVE	20
5 RAZPRAVA IN SKLEPI	22
5.1 RAZPRAVA	22
5.2 SKLEPI	23
6 POVZETEK	24
7 VIRI	25
ZAHVALA	
PRILOGA	

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 1: Število čebelnjakov, panjev in čebelarjev v RS v letu 2005 in 2006 (Centralni register čebelnjakov, 2007)	4
Preglednica 2: Velikost čebelnjakov (Centralni register čebelnjakov, 2007)	4
Preglednica 3: Čebelarstva po tipih panjev (Centralni register čebelnjakov, 2007)	4
Preglednica 4: Pridelava in prodaja medu (t) od leta 1992 do 2004 (SURS, 2008).....	5
Preglednica 5: Tržni delež glede na mesto prodaje (SURS, 2008)	5
Preglednica 6: Bilanca pridelave in porabe medu (t) od leta 1992 do leta 2004 (SURS, 2005).....	6
Preglednica 7: Želeno povečanje pridelave čebeljih pridelkov do leta 2010 (Pušnik in sod., 2005).....	9
Preglednica 8: Odkupne cene medu in čebeljih pridelkov (SURS, 2008).....	10
Preglednica 9: Čebelje družine v ekološkem čebelarjenju (Magdič, 2008)	11
Preglednica 10: Anketirani po številu članov njihovega gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008	14
Preglednica 11: Anketirani po skupni porabi medu v gospodinjstvu, Slovenija, 2007/2008	14
Preglednica 12: Anketirana gospodinjstva, ki so z medom samooskrbna, po številu članov in po porabi medu v gospodinjstvu, Slovenija, 2007/2008	18
Preglednica 13: Anketirana gospodinjstva po nabavnem viru medu, Slovenija 2007/2008	18
Preglednica 14: Anketirana gospodinjstva po kombiniranju nabavnih virov medu, Slovenija, 2007/2008.....	19
Preglednica 15: Anketirana gospodinjstva po najpomembnejšem dejavniku odločitve za nakup in glavnem nabavnem viru (možnih več odgovorov), Slovenija, 2007/2008.....	21

KAZALO SLIK

Slika 1: Sistem čebelarstva kot celote (Magdič, 2005)	8
Slika 2: Povprečna letna poraba medu na člana gospodinjstva glede na število članov gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008.....	15
Slika 3: Indeks povprečne letne porabe medu na člana gospodinjstva glede na število članov gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008	15
Slika 4: Anketirana gospodinjstva po povprečni porabi medu na člana gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008	16
Slika 5: Sestava anketiranih gospodinjstev po povprečni letni porabi na člana, Slovenija, 2007/2008	17
Slika 6: Anketirana gospodinjstva po glavnem nabavnem viru medu, Slovenija, 2007/2008	19
Slika 7: Anketirana gospodinjstva po najpomembnejšem dejavniku nakupne odločitve pri medu, Slovenija, 2007/2008	20

KAZALO PRILOG

Priloga : Anketa iz zgibanke Čbelica moja prijateljica

OKRAJŠAVE IN SIMBOLI

ČZS- Čebelarska zveza Slovenije

RS- Republika Slovenije

MKGP- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano

KIS- kmetijski inštitut Slovenije.

1 UVOD

Slovenija leži v osrčju Evrope, kar ima vpliv na čebelarško tehnologijo in s tem na čebelarstvo samo. Znana je tudi po tem, da ima pestre naravne danosti in posebno biotsko raznovrstnost, kamor kot prva sodi naša kranjska čebela (Poklukar, 1998).

1.1 POVOD

Čebelarška zveza Slovenije (ČZS) razvija odnose med kupci in čebelarji. Del teh aktivnosti je tudi proučevanje segmenta staršev otrok slovenskih vrtcev in šol.

1.2 CILJ

Cilj diplomskega dela je raziskati stanje čebelarstva in prodajo medu na trgu na območju Slovenije.

1.3 HIPOTEZE

1. Povprečna poraba medu na osebo je okoli 1,5 kg na leto.
2. V družinah, ki same pridelujejo med, je poraba na člana letno bistveno večja, kot v družinah, ki med kupujejo.
3. Viri nabave so zelo različni.
4. Pri nakupu je pomembna kakovost medu in ne toliko njegova cena.
5. Pomemben dejavnik nakupa medu je osebno znanstvo s čebelarjem.

2 PREGLED OBJAV

2.1 STANJE NA PODROČJU ČEBELARSTVA V SLOVENIJI

2.1.1. Slovensko čebelarstvo skozi čas

V zadnjih letih se čebelarstvo vztrajno uveljavlja kot enakopravna kmetijska dejavnost. Slovenija si je v predpristopnih pogajanjih za včlanitev v Evropsko zvezo izborila možnost, da z nacionalno zakonodajo uredi način trženja plemenskega čebeljega materiala in tako uveljavi zaščito avtohtone kranjske čebele (Magdič, 2005).

2.1.1.1 Kranjska čebela *Apis mellifera carnica*

Zdajšnje ozemlje Slovenije je domovina sive čebelje rase, kranjske čebele (*Apis mellifera carnica*). Slovijo po svoji krotkosti, delavnosti, skromnosti in odličnemu smislu za orientacijo. Odlično prenaša hladne, snežene zime, pogosta deževna in vetrovna poletja ter dobro izrabljuje pašo, kadar ji to omogoča vreme. Zaradi vseh teh lastnosti so jo začeli gojiti v čebelnjakih v bližini svojih domov. Za njene lastnosti so kmalu izvedeli čebelarji drugih narodov. Tako se je konec 19. stoletja v naših krajih začela trgovina z živimi čebelami in roji, pozneje pa še z maticami kranjske pasme. Ko ljudje še niso poznali sladkorja, skoraj ni bilo slovenske kmetije, na kateri nebi imeli tudi čebel. Med je bilo edino sladilo, vosek pa nepogrešljiva surovina za izdelavo sveč. Čebele so gojili v nizkih, lesenih panjih, ki so jih podolžno zlagali v nekakšne skladovnice, tesno drugega ob drugem, v več vrstah. Te panje imenujemo kranjiči. Tu se pojavi tudi neprecenljiva arhitekturna in kulturna dediščina – čebelnjak in poslikava panjskih končnic, česar drugi narodi pri čebelarjenju ne poznajo (Poklukar, 1998).

2.1.1.2. Izjemne osebnosti

V Sloveniji številni rodovi čebelarjev stoletja skrbno in vse bolj strokovno skrbijo za ohranjanje čistosti rase in kar najboljše lastnosti kranjske čebele. Tako je kranjska rasa čebel zaščitena z zakonsko ureditvijo, država pa vzdržuje tudi strokovno službo za selekcijo (Zdešar, 2006).

Vse to pa se povezuje z geslom, ki se glasi, da je slovensko biti čebelar. Zato je prav, da si ogledamo dejavne čebelarje iz preteklosti, ki so za sabo pustili neizbrisno sled.

Čebelarstvo je v Sloveniji tradicionalna kmetijska dejavnost. Že pred več kot 230 leti je tedanje znanje podeželskega malega kmeta predstavil Anton Janša (1734 - 1773), ki je na Dunaju v času Marije Terezije postal prvi čebelarški učitelj. Napisal je tudi dve čebelarški knjigi v nemškem jeziku. V njih je zapisal veliko trditev in metod, ki veljajo še danes.

Peter Pavel Glavar (1721 - 1784) je iz nemščine prevedel Janševo knjigo in jo dopolnil s svojimi izkušnjami. Ustanovil je lastno čebelarško šolo in čebelarško zadrugo.

Anton Žnidaršič (1874 - 1947) je izumil listovni panj, ki je zaradi svoje praktičnosti v množični uporabi še danes (Poklukar, 1998).

2.1.2 Čebelarstvo v Sloveniji danes

Na organizirano čebelarstvo ima velik vpliv čebelarska tradicija. Nanjo vpliva starostna struktura čebelarjev in ekološke vrednote, ki se odražajo v razvoju kmetijstva in podeželja. Zaradi starostne strukture (povprečen čebelar je star 65 let), je izobraževanje in vključevanje informacijskih tehnologij oteženo. Ocenjujejo, da imajo pomembno vlogo pri prenosu znanja med čebelarji njihove izkušnje (Poklukar in sod., 2004).

2.1.2.1 Struktura čebelarjev

S čebelarstvom se ukvarjajo ljudje najrazličnejših starosti in poklicev. Večina je ljubiteljev z manjšim številom panjev in zanje je gojenje čebel način preživljanja prostega časa. V Sloveniji so v povprečju majhni čebelnjaki enakomerno razdeljeni na terenu, kar je z biološkega vidika ohranjanja raznolikosti avtohtone kranjske čebele zelo ugodno.

Čebelarska zveza Slovenije si želi pomladiti čebelarske vrste z ustanavljanjem šolskih čebelarskih krožkov, čebelarskih taborov, naravoslovnih dni ter s programom Čebela naša učiteljica v slovenskih vrtcih.

Zanimivi so rezultati sociološke raziskave med čebelarji. Otroci iz čebelarskih družin dosegajo zelo dober uspeh. Mnogi ne postanejo čebelarji, kot njihovi očetje, priznavajo pa, da so jim bili starši pomembni vzorniki, pri katerih so se naučili vztrajnosti, skromnosti in delavnosti. Vse to dokazuje, da čebelarjenje ni samo pridobivanje medu, ampak veliko več. Je način življenja (Magdič, 2005).

Izračuni kažejo na to, da čebelarstvo oz. pridelava medu kot samostojna dejavnost ni rentabilna. Vložena materialna in finančna sredstva so večja od prodajne cene, katero čebelarji iztržijo za med ali so ji enaka. Posledica tega je veliko število (75 %) malih čebelarjev, ki se z čebelarjenjem ukvarjajo predvsem amatersko ob svoji redni zaposlitvi oz. dohodkih in velika prodaja medu na domu (80 %), kajti tu čebelarji za med iztržijo veliko več, kot pa pri prodaji na veliko (Kafel, 2005).

Po podatkih Sektorja za identifikacijo in registracijo živali pri Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano z dne, 05.03.2007 je v Sloveniji 91 profesionalnih čebelarjev, ki čebelarijo z 21.553 čebeljimi družinami.

Preglednica 1: Število čebelnjakov, panjev in čebelarjev v RS v letu 2005 in 2006 (Centralni register čebelnjakov, 2007)

	Stanje na dan		
	06.09.2005	20.04.2006	30.09.2006
Št. vseh registriranih čebelarjev	7.216	7.335	7.620
Št. čebelnjakov	8.895	9.751	10.141
Št. čebeljih družin	159.885	168.412	170.682
Št. stojišč	1.966	1.957	1.952

Iz preglednice 1 je razvidno, da se je število vseh registriranih čebelarjev od leta 2005 do leta 2006 povečevalo. Z naraščanjem števila čebelarjev se je povečevalo tudi število čebeljih družin. Sklepamo lahko, da je Centralni register čebelnjakov v letu 2006 vzpostavljen do te mere, da kaže realno stanje števila čebelnjakov, panjev in čebelarjev v RS.

Preglednica 2: Velikost čebelnjakov (Centralni register čebelnjakov, 2007)

Število čebeljih družin	Čebelnjaki	
	število	sestava v %
Manj kot 20	7.541	74,40
Med 20 in 50	2.037	20,10
Nad 50	563	5,50
Skupaj	10.141	100,00

Velikost čebelnjakov je opredeljena s številom čebeljih družin. V Sloveniji je dobrih 74 % čebelnjakov, ki naseljujejo manj kot 20 čebeljih družin. Povprečno število čebeljih družin na čebelarja je bilo v letih 2005 in 2006 22 panjev.

Čebelarstvo je v Sloveniji tradicionalna panoga, ki je povezana tudi z načinom čebelarjenja v panjih, kakršne najdemo samo v Sloveniji. Statistični podatki govorijo, da je kar 95 % registriranih čebeljih družin naseljenih v AŽ panjih (Albert Žnideršič), ki so zloženi v čebelnjaku. Le majhen delež je nakladnih, ki jih pogosteje najdemo drugod po svetu.

Preglednica 3: Čebelarstva po tipih panjev (Centralni register čebelnjakov, 2007)

Tip panja	Čebelnjaki		Čebelje družine	
	število	sestava v %	število	sestava v %
AŽ – listovni	9.461	93	162.471	95
Nakladalni	632	6	7.634	4
Drugo	48	1	577	1
Skupaj	10.141	100	170.682	100

2.1.2.2 Proizvodnja medu in poraba

Slovenija ima zaradi različnih podnebij (mediteransko, panonsko, alpsko, sub-alpsko) zelo različne razmere za čebelarjenje. Številno rastlinstvo omogoča pridelavo vrste sortnih

medov (kostanjev, lipov, cvetlični, akacijev, hojev, smrekov med itn), kar je naša priložnost. Vendar pa so donosi na žužkocvetkah majhni v primerjavi s pridelki drugod po svetu. Ker Slovenija sodi med najbolj gozdnate dežele Evrope, je gozdno medenje (mana) pomembna paša za slovenske čebele. Povpraševanje po teh temnih medovih je v deželah severno od nas veliko večje od ponudbe. Ker pa je gozdno medenje na iglavih izpostavljeno velikim nihanjem med leti, donosi niso stalni. So pa ob natančnem napovedovanju paš in učinkovitem izkoriščanju le-teh možnosti za pridelavo temnih medov velike (Meglič, 2005).

Preglednica 4: Pridelava in prodaja medu (t) od leta 1992 do 2004 (SURs, 2008)

Leto	Natočeni med	Evidentirana prodaja medu			Delež prodaje v skupni proizvodnji (%)
		skupaj	odkup	prodaja na tržnicah	
1992	1.102	292	217	76	26,5
1993	1.592	299	237	61	18,8
1994	2.052	339	279	61	16,5
1995	1.296	288	239	48	22,2
1996	1.800	366	314	52	20,3
1997	1.500	229	171	57	15,2
1998	1.900	376	319	57	19,8
1999	1.370	484	434	50	35,3
2000	2.300	612	573	38	26,6
2001	2.550	540	498	42	21,2
2002	2.450	692	653	40	28,3
2003	1.850	742	696	46	40,1
2004	2.350	644	586	58	27,4

Po podatkih Statističnega urada RS (SURs, 2008) pridelamo v Sloveniji povprečno 2.000 ton medu letno. Povprečna letna pridelava medu znaša (odvisno od vremenskih razmer) med 2.000 in 2.500 tonami, poraba na prebivalca pa znaša 1,2 kilograma medu v letu 2004, kar pomeni, da imamo komaj samooskrbo z medom.

Letno izvozimo okrog 200 ton kakovostnega medu, približno toliko manj kakovostnega pa uvozimo. Po podatkih iz začetka tega desetletja izvozimo približno toliko medu, kot so ga pred 250 leti izvozili le iz ljubljanskega območja, s poudarkom, da ga takrat zagotovo niso uvažali.

Preglednica 5: Tržni delež glede na mesto prodaje (SURs, 2008)

Način prodaje	Sestava v %
Neposredna prodaja na domu	80
Evidentirana prodaja:	20
- odkup (trgovina na drobni in debelo, polnilci)	17
- prodaja na tržnicah	3

Preglednica 6: Bilanca pridelave in porabe medu (t) od leta 1992 do leta 2004 (SURs, 2005)

Leto	Proizvodnja	Uvoz	Izvoz	Razlika zalog	Domača poraba	Poraba na prebivalca (kg)	Stopnja samooskrbe (%)
1992	1.102	199	225	0	1.076	0,5	102,4
1993	1.592	240	197	145	1.490	0,7	106,9
1994	2.052	381	258	126	2.050	1,0	100,1
1995	1.296	613	146	-211	1.975	1,0	65,6
1996	1.800	2	108	128	1.566	0,8	114,9
1997	1.500	398	116	-49	1.831	0,9	81,9
1998	1.900	432	137	76	2.120	1,1	89,6
1999	1.370	243	64	-191	1.740	0,9	78,7
2000	2.300	213	214	241	2.058	1,0	111,7
2001	2.550	229	242	97	2.440	1,2	104,5
2002	2.450	30	230	-76	2.326	1,2	105,3
2003	1.850	73	220	-195	1.898	1,0	97,5
2004	2.350	294	161	179	2.304	1,2	102,0

Povprečna poraba medu v Evropski zvezi je 0,7 kg/prebivalca, v Sloveniji pa, kakor kažejo podatki, več kot 1 kg/prebivalca. Slovenija je v primerjavi z nekaterimi drugimi državami članicami Evropske zveze z medom bolj ali manj samooskrbna, čeprav se samooskrba zmanjšuje zaradi povečanega uvoza medu, kot tudi nihanj v obsegu doma pridelanega medu.

2.1.2.3 Svetovalna služba

Svetovalna služba v čebelarstvu je organizirana pri Čebelarški zvezi Slovenije in deluje na celotnem območju Slovenije v skladu s tem programom in smernicami razvoja čebelarstva v Evropski zvezi.

Svetovalno delo je usklajeno s temeljnimi cilji kmetijske politike, opredeljenimi s Strategijo razvoja slovenskega kmetijstva, kot tudi cilji, zapisanimi v Strategiji razvoja slovenskega čebelarstva.

Zakonski podlagi za delovanje svetovalne službe v čebelarstvu sta:

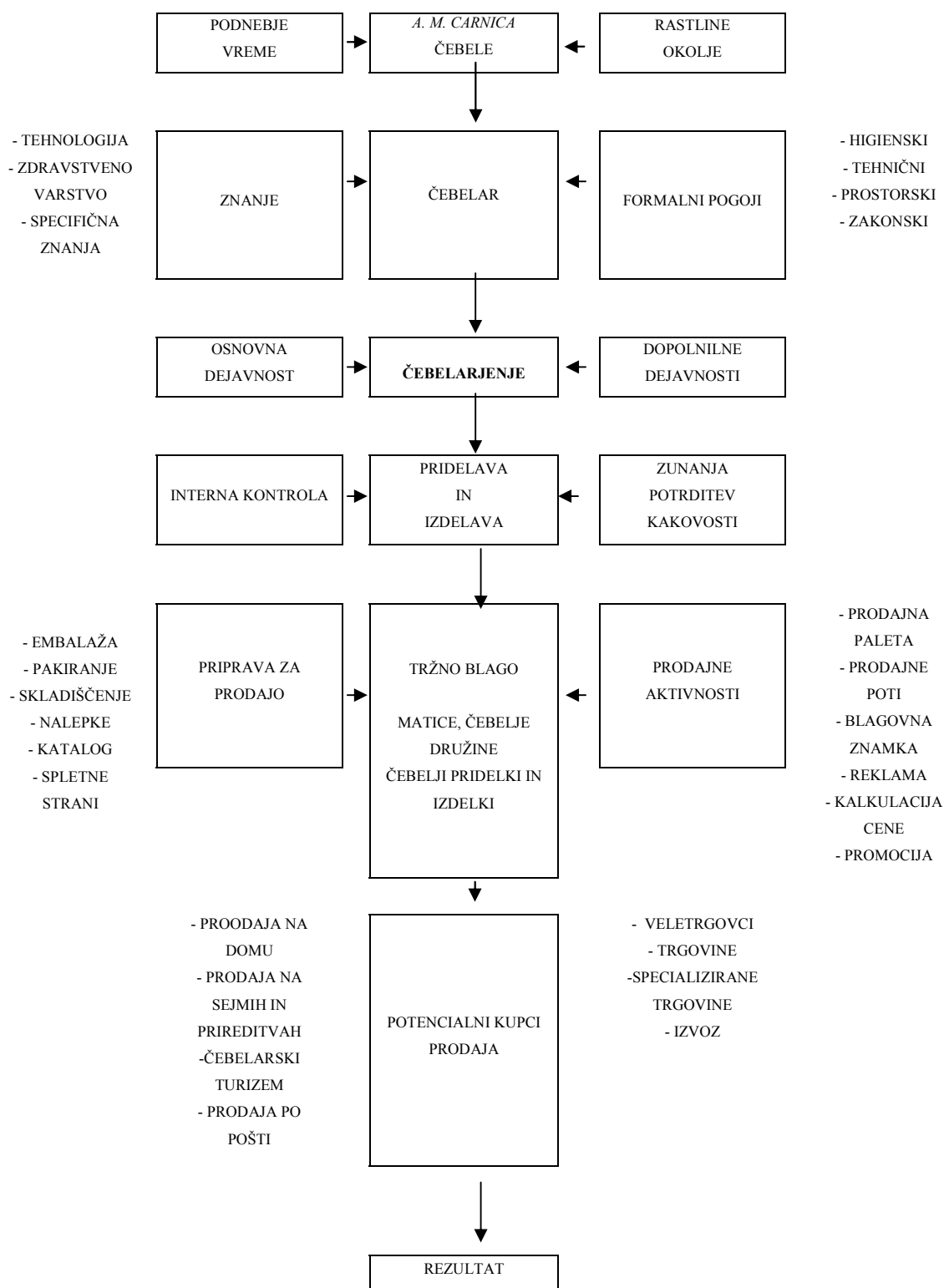
- Uredba o javni svetovalni službi v čebelarstvu (2007),
- Uredba o izvajanju Programa ukrepov na področju čebelarstva v Republiki Sloveniji v letih 2005 – 2007 za leto 2007 (2006).

2.1.3 Ekonomika in trženje v čebelarstvu

2.1.3.1 Strategija trženja slovenskega čebelarstva

Program »Obnova slovenskega čebelarstva« je namenjen izboljšanju ekonomske vitalnosti panoge. Strategija trženja čebeljih pridelkov in proizvodov je eden od podprojektov, katerega uresničitev je pogoj, da bi bilo čebelarstvo ekonomična dejavnost.

Posebna prizadevanja bodo v prihodnje namenili ohranjanju in trženju avtohtone kranjske čebele, razvoju čebelarstva s poudarkom na okoljskem in socioekonomskem pomenu čebelarstva ter uveljavitvi pridelave ter trženja kakovostnih in varnih čebeljih pridelkov.



Slika 1: Sistem čebelarstva kot celote (Magdič, 2005)

2.1.3.1.1 Izboljšanje ekonomičnosti in donosnosti čebelarjenja

Za uspešen razvoj čebelarstva je vsekakor zelo pomemben ekonomski vidik. Le ta se bo izboljšal s povečanjem porabe čebeljih izdelkov in storitev za porabnike, kar lahko dosežemo z izobraževanjem porabnikov in primernim trženjem. Drugi način za izboljšanje ekonomike je dvig cen kakovostnih slovenskih čebeljih pridelkov ter povečanje pridelkov po panju.

Po vstopu Slovenije v Evropsko zvezo z ukrepom trženja v čebelarstvu želijo na domačem trgu obdržati tržni delež, na tujih trgih pa ga povečati. Ocenjujejo, da so naši čebelarji šibki predvsem na področju trženja čebeljih pridelkov, čebelarske kulturne dediščine itn. Spodbuditi želijo tudi razvoj novih izdelkov, ki jih bodo čebelarji uspešno tržili. Za doseg teh ciljev nameravajo organizirati več letnih seminarjev, kar je že tudi vidno v medijih (Magdič, 2005).

Z boljšimi razmerami za prevoze čebel na pašo znotraj Slovenije in mogoče tudi na nekdanja pasišča preko meja bi lahko omogočili čebelarjem-prevaževalcem, da bi povečali donose medu na panj, kar je na ravni pridelave ključni način za izboljšanje ekonomike čebelarstva. Še zlasti pridejo v poštev temni (gozdni) medovi, ki so tudi izvozno zanimivi. Z izboljšanjem tehnologije (s sodobno opremo) pri pridelavi drugih čebeljih pridelkov bi prav tako lahko povečali pridelek na čebeljo družino.

Preglednica 7: Želeno povečanje pridelave čebeljih pridelkov do leta 2010 (Pušnik in sod., 2005)

Čebelji pridelek	Želeno povečanje (%)	Sedanja pridelava	Pridelava 2010
Gozdni med	20	1.200 ton	1.440 ton
Vosek	20	40 ton	50 ton
Cvetni prah	20	15 ton	18 ton
Matični mleček	50	400 kg	600 kg
Propolis	50	200 kg	300 kg

Poleg povečanja pridelave je potrebno razširiti paleto izdelkov iz čebeljih pridelkov, kot so osvežilne pijače, povečati rabo v kozmetiki itn.

2.1.3.2 Odkupne cene medu in drugih čebeljih pridelkov

Odkupne cene vseh vrst medu v Sloveniji so nizke, kar je posledica nizkih tržnih cen.

Preglednica 8: Odkupne cene medu in čebeljih pridelkov (SURs, 2008)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
EUR/kg						
Med (vseh vrst)	1.69	1.68	1.92	2.19	2.36	2.20
Cvetlični med	...	1.62	1.80	2.14	2.36	2.14
Gozdni med	...	1.73	2.04	2.28	2.40	2.36
Cvetni prah	...	4.09	3.39	3.44	4.62	4.83
Matični mleček	...	188.37	203.86	241.41	262.74	345.22
Vosek	4.25	3.29	3.36	3.42	3.44	5.88
EUR/t						
Med (vseh vrst)	1.977,1	1.852,8	2.035,3	2.242,5	2.363,2	2.196,0
Cvetlični med	...	1.788,4	1.910,0	2.192,6	2.346,2	2.144,6
Gozdni med	...	1.910,9	2.169,2	2.332,2	2.404,1	2.357,4
Cvetni prah	...	4.511,1	3.595,6	3.523,8	4.631,4	4.829,2
Matični mleček	...	207.843	215.953	247.294	263.596	345.228
Vosek	3.799,8	3.630,7	3.558,0	3.504,7	3.436,1	5.876,7

Slovenski čebelarji povprečno čebelarijo z majhnim številom panjev (do 50 panjev ima kar 94,5 % čebelarjev), kar v končni fazi pomeni tudi višjo proizvodno ceno. Glede na visoke stroške čebelarške proizvodnje v Sloveniji in visoko kakovost slovenskega medu, bi moral biti rezultat visoka cena končnega proizvoda. Da bi se pokrili strošek čebelarške proizvodnje, bi morali na trgu dosegati za med dva do trikratni znesek sedanje tržne cene. Z vstopom na evropski trg je prodaja vse težja, saj je vse več uvoza medu iz držav, kjer imajo nižje proizvodne stroške. Cena uvoženega medu je tako za 2/3 nižja od našega medu (Pušnik in sod., 2005).

2.1.3.3 Čebelarški turizem

Čebelarstvo je za turizem nedvomno zelo zanimivo in je marsikje v Sloveniji že vpeto v turistično ponudbo.

Glede na bogato čebelarško kulturno dediščino in organiziranost čebelarstva v Sloveniji so možnosti razvoja čebelarškega turizma odlične. Čebelarški turizem vsekakor pomeni priložnost za promocijo slovenskega čebelarstva in visokokakovostnih čebeljih pridelkov iz neokrnjene narave. Za razvoj čebelarškega turizma je pomembno povezovanje čebelarstev in turističnih društev ter agencij, predvsem pa je potrebno, da gradimo na kvalitetni promociji.

Slovenski čebelarji želijo odpreti vrata svojih domov in čebelnjakov ljudem, ki želijo kaj izvedeti o čebelarstvu. Radi bi pokazali, kako delajo s čebelami, kaj se od njih naučijo, kako uporabijo dobrote čebeljega panja. Svoje izkušnje želijo deliti s svojimi obiskovalci povsod po Sloveniji (Razvoj ..., 2007).

Čebelji pridelki so med ljudmi cenjeni že stoletja. Razvila se je apiterapija - veda, ki govori kako si s pomočjo pridelkov iz panja krepimo zdravje. V okviru Čebelarške zveze Slovenije je pred kratkim začela delovati sekcija za apiterapijo, v katero so združeni zdravniki in čebelarji. Svetovna čebelarška organizacija Apimondija je 30. marec razglasila za svetovni dan apiterapije. Na to razglasitev smo ponosni, saj je to rojstni dan mariborskega zdravnika in čebelarja, dr. Filipa Terča (Grošelj, 2008).

V Sloveniji so zelo dobre razmere za ekološko čebelarstvo. Veliko gozdov ponuja dobre možnosti za izkoriščanje gozdnih paš. Zapuščeni gorski in drugi pašniki, ekstenzivni travniki na kmetijsko manj ustreznih območjih dajejo čebelam bogat vir peloda in nektarja iz travniških rastlin in cvetočih grmovnic.

Ekološki čebelnjak je naravi prijazen obrat, ki je neopazno združen z okoljem in ne pomeni le obrata, temveč tudi bogat vir življenja z in za naravo. Z ekološko pridelavo bo slovenski porabnik dobil bogatejšo izbiro čebeljih izdelkov na trgu (Magdič, 2005).

Po podatkih kontrolne službe, ki pokriva 87% vseh ekoloških kmetij je slika pri ekološkem čebelarstvu sledeča:

Preglednica 9: Čebelje družine v ekološkem čebelarjenju (Magdič, 2008)

LETO	2002	2003	2004	2006
Število čebeljih družin	1.571	1.650	1.906	1.942

2.2 NAKUPNO OBNAŠANE

2.2.1 Model nakupnega obnašanja

Trg je gospodarsko področje srečevanja ponudbe in povpraševanja. Na trgu se srečujejo pridelovalci in kupci, ki so pripravljeni in zmožni pridelek bodisi prodati bodisi kupiti. Na ta način trg povezuje ponudbo in povpraševanje, ki sta ključna vzvoda delovanja tržnega mehanizma. Kaj, kje, kako, kdaj in za koga bomo pridelovali, je odvisno od trga (Vadnal, 2007).

Členitev oziroma segmentacija trga je postopek, pri katerem vse kupce pridelka (potencialne ali dejanske) razvrstimo v podskupine, ki so znotraj sebe homogene. To pomeni, da so si člani podskupine podobni tako, da se podobno odzivajo na trženjske aktivnosti. Ob tem pa se morajo skupine medsebojno jasno razlikovati, kar pomeni, da se na trženjske aktivnosti različno odzivajo. Značilnosti kupcev opazujemo s pomočjo geodemografskih spremenljivk (spol, starost, zakonski stan, izobrazba, poklic, območje prebivanja, velikost in tip naselja, v katerem kupec živi), psihografskih spremenljivk, ki jih sestavljajo spremenljivke življenjskega sloga (dejavnosti, interesi, stališča) in spremenljivke osebnosti oziroma psihološke značilnosti ljudi, ki določajo in odsevajo odnos človeka do njegovega okolja (npr. pohlevnost, napadalno st, samostojnost itd.) (Vadnal, 2007).

Položaj pridelka na trgu določajo porabniki glede na njegove lastnosti in značilnosti. Umestitev pridelka na trgu je odvisna od njegove podobe v odnosu do konkurenčnih pridelkov in pridelkov, ki jih trži isti pridelovalec. Tržno umeščanje pridelka je zato zelo pomembna trženjska aktivnost, s katero kupcu pomagamo, da prepozna razlike med konkurenčnimi pridelki in se na podlagi tega odloči za nakup našega pridelka (Vadnal, 2007).

Hkrati z razvojem samega pridelka moramo razvijati tudi strategijo njegovega trženja. Zato moramo oceniti trg pridelka. Pri tem nas zanimajo velikost, sestava in obnašanje ciljnega trga, načrtovano umeščanje in prodaja pridelka ter tržni delež, ki ga želimo doseči.

Dobra embalaža pridelka varuje in prispeva k lažjemu in cenejšemu razpečevanju. Hkrati prispeva k lažjemu ugotavljanju istovetnosti pridelka, pritegne porabnikovo pozornost in s tem pospešuje prodajo. S sporočili, izpisanimi na embalaži, pridelovalec obvesti porabnika o sestavinah, kakovosti in rabi pridelka.

Blagovna znamka je beseda ali grafični znak (simbol), ki predstavlja in označuje pridelek in je v gospodarskem prometu namenjen ločevanju istovrstnih pridelkov. Zaščitna znamka je registrirana in s tem pravno zaščitena blagovna znamka.

Naloge blagovne znamke so: razlikovanje, jamstvo kakovosti, oglaševanje, tekmovalnost, označevanje porekla (Vadnal, 2007).

2.2.2 Nakupno obnašanje kupcev medu

Natančnih analiz o obnašanju kupcev medu ni. Pokazalo pa se je, da so dejavniki, ki vplivajo na potrošnikov proces nakupnega odločanja cena, kakovost in poznavanje čebelarja. Opazili so, da se je nakup v preteklosti povečeval v času zimskih dni, ko je bila potreba po medu in medenih izdelkih večja zaradi zdravja.

Dandanes je embalaža eno ključnih promocijskih orodji za prodajo, saj embalaža s svojo vsebino in obliko komunicira s porabnikom. S pravilno izbiro embalaže lahko dodamo vrednost izdelku (Pomen embalaže...,2007).

Čebelarška zveza Slovenije je razvila enoten in poseben kozarec za slovenske čebelarske proizvode. Kupec tako že na prvi pogled ve, da je v tem kozarcu med slovenskega izvora. Tako se kupcu sporoča, da je kakovost pomembnejša od cene (Magdič, 2008).

3 MATERIAL IN METODE

Čebelarska zveza Slovenije je v času od septembra 2007 do januarja 2008 izvedla anketo, s katero so želeli dobiti boljši vpogled v porabo in nakup medu v slovenskih gospodinjstvih. Anketirali so starše otrok, ki obiskujejo vrtec oziroma prve štiri razrede osnovne šole.

V anketi je sodelovalo 10.702 staršev, ki so dali podatke za svoje gospodinjstvo, kar pomeni, da je v anketi sodelovalo okoli 7 % vseh družin otrok, ki obiskujejo vrtce ter prve štiri razrede osnovne šole.

Pri anketiranju so uporabili vprašalnik, ki je bil del zgibanke - Čebelica moja prijateljica. Na podlagi vprašalnika (Priloga A) so pridobili informacije o številu oseb v družini, o oceni povprečne porabe medu letno v kilogramih, kje kupujejo med in kaj je pri nakupu medu za kupca najvplivnejši dejavnik.

Naša naloga je bila, da zbrane podatke uredimo v bazo podatkov, pripravimo načrt njihove obdelave in jih obdelamo z metodami opisne statistike. Pri tem smo uporabili računalniški program Excel.

4 REZULTATI

4.1. PORABA MEDU V ANKETIRANIH GOSPODINJSTVIH

Velika večina anketiranih (88 %) jih živi v tričlanskih (18 %), štiričlanskih (50 %) in petčlanskih (20 %) gospodinjstvih. Povprečna velikost gospodinjstva, v katerem žive anketirani je tako 4,2 člana.

Preglednica 10: Anketirani po številu članov njihovega gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008

Število članov gospodinjstva	Število anketiranih	Sestava,
2	207	1,90
3	1958	18,30
4	5350	50,00
5	2165	20,20
6	720	6,70
7	193	1,80
8	64	0,60
9	28	0,30
10	8	0,10
11	3	0,00
12	4	0,00
13	2	0,00
Vsi	10702	100,00

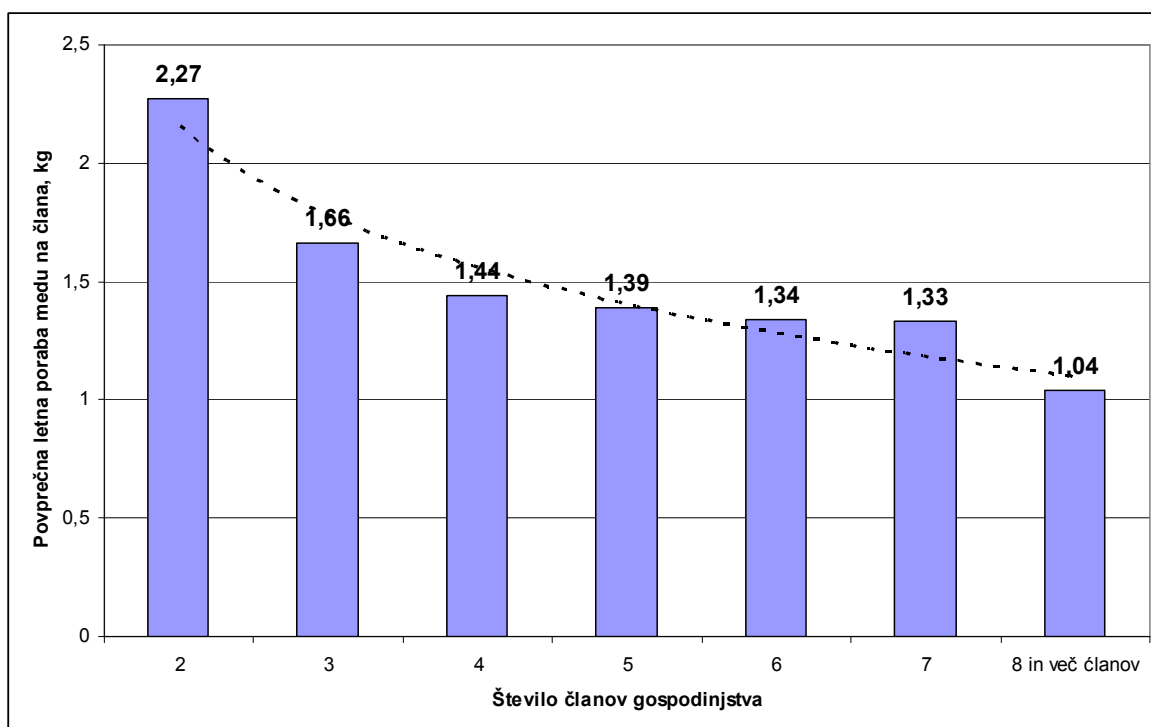
Anketirana gospodinjstva porabijo skupno 65 ton medu na leto oziroma v povprečju 1,47 kg na člana letno.

Preglednica 11: Anketirani po skupni porabi medu v gospodinjstvu, Slovenija, 2007/2008

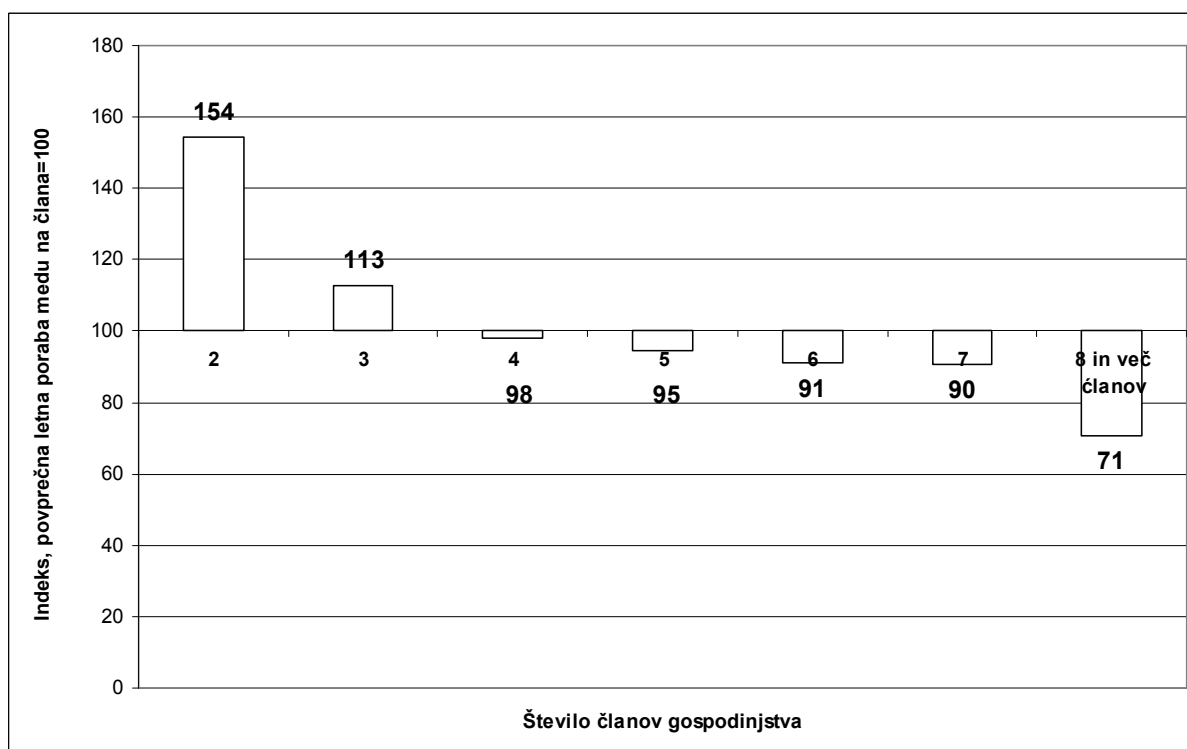
Število članov gospodinjstva	Število gospodinjstev	Skupna poraba medu		Povprečna poraba na člana gospodinjstva, kg
		kg	sestava,	
2	207	939	1,40	2,27
3	1958	9756	15,00	1,66
4	5349	30798	47,30	1,44
5	2164	15009	23,10	1,39
6	720	5806	8,90	1,34
7	193	1798	2,80	1,33
8	64	476	0,70	0,93
9	28	308	0,50	1,22
10	8	111	0,20	1,39
11	3	18	0,00	0,55
12	4	41	0,10	0,85
13	2	45	0,10	1,73
Vsi*	10700	65105	100,00	1.47

*Neznano: 2 gospodinjstvi

Pri tem se pokaže tendenca, da je povprečna letna poraba na člana gospodinjstva večja v manjših gospodinjstvih in se z naraščanjem števila članov gospodinjstva zmanjšuje.

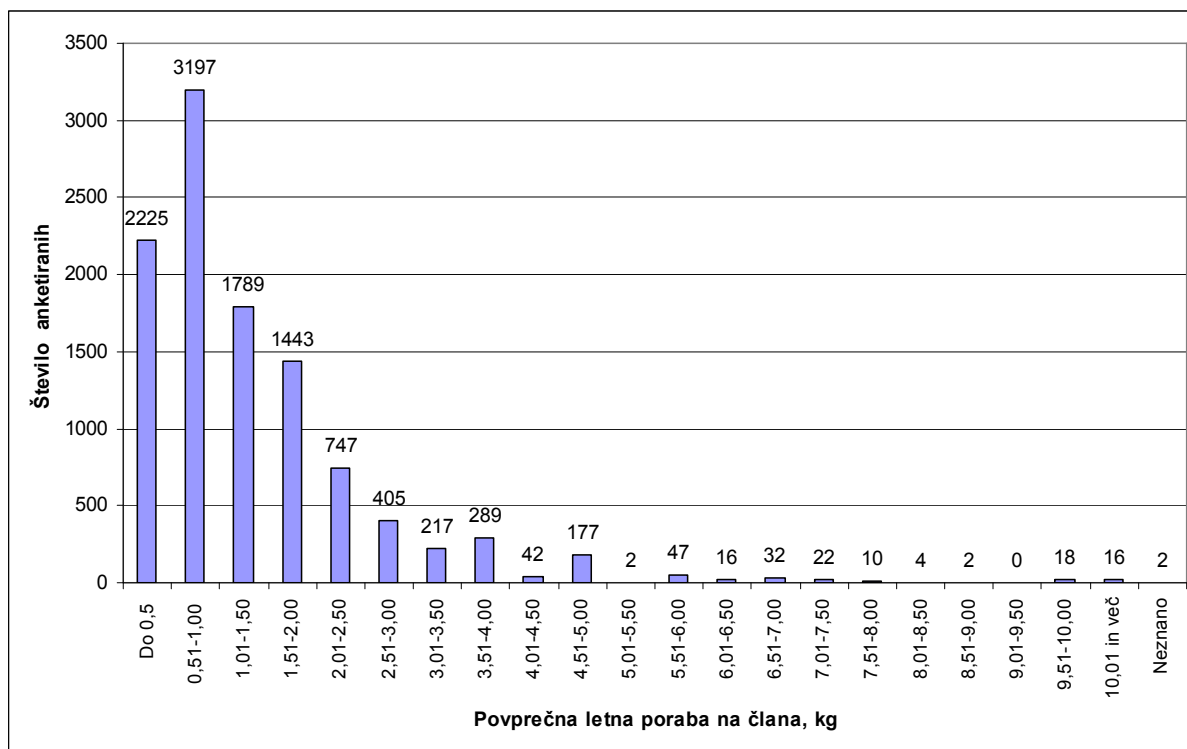


Slika 2: Povprečna letna poraba medu na člana gospodinjstva glede na število članov gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008



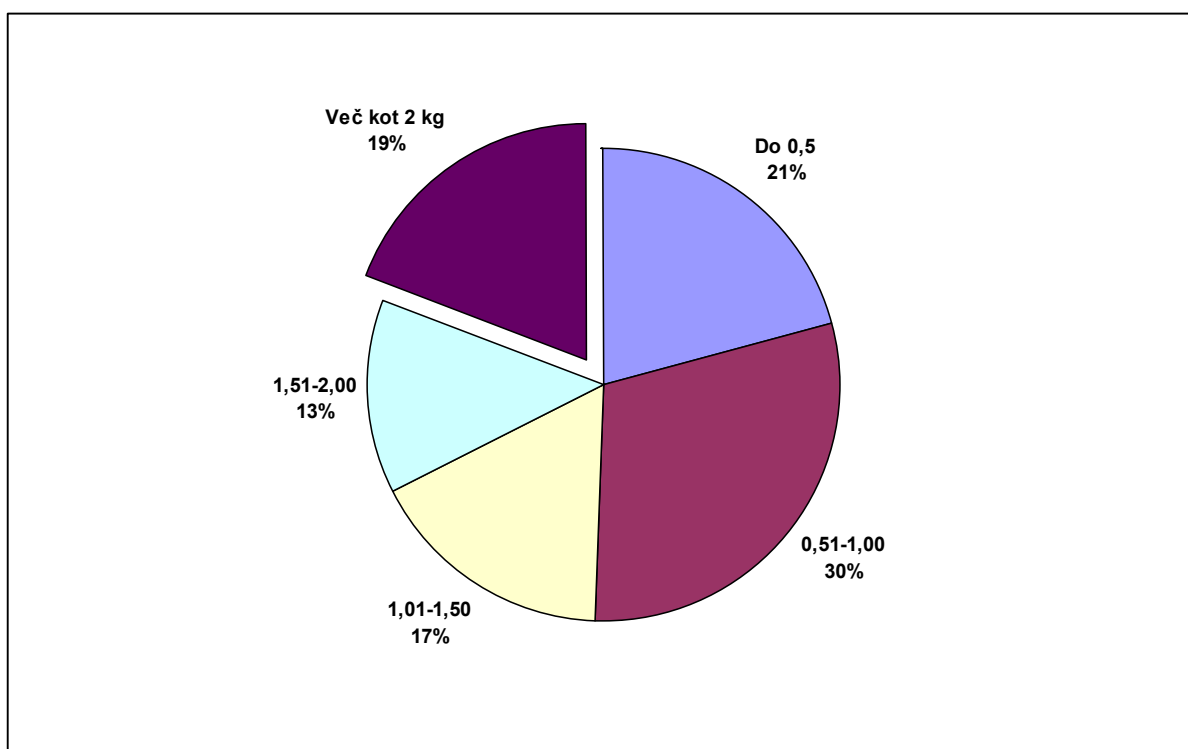
Slika 3: Indeks povprečne letne porabe medu na člana gospodinjstva glede na število članov gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008

Dvočlanska gospodinjstva porabijo 54 medu več kot je povprečje za vsa gospodinjstva, 8 in več članska gospodinjstva pa za 29 manj.



Slika 4: Anketirana gospodinjstva po povprečni porabi medu na člana gospodinjstva, Slovenija, 2007/2008

Velika večina, 81 %, anketiranih gospodinjstev porabi do 2 kg medu letno na člana. Natančnejša razdelitev pokaže, da 21 % anketiranih gospodinjstev porabi do 0,5 kg medu letno na člana. Od 0,51 do 1kg medu letno na člana porabi 30 % anketiranih gospodinjstev. 17 % jih porabi 1,1-1,5 kg letno na člana in 13 % 1,51 do 2 kg.



Slika 5: Sestava anketiranih gospodinjstev po povprečni letni porabi na člana, Slovenija, 2007/2008

4.2 VIR MEDU

4.2.1 Z medom samooskrbna gospodinjstva

Med anketiranimi gospodinjstvi je le 229 takih, ki se sami ukvarjajo s čebelarstvom in so v celoti ali delno samooskrbni z medom. Poraba medu na člana gospodinjstva je v teh družinah bistveno višja od povprečja, in sicer 3,67 kg/leto, čeprav število članov (4,6 članov) ni bistveno večje od povprečnega števila članov vseh anketiranih gospodinjstev (4,2 člana). Samooskrbnih gospodinjstev je v skupnem številu vseh anketiranih gospodinjstev 2 %, v skupni porabi medu pa je njihov delež 6 %.

Samooskrbna gospodinjstva so praviloma v celoti samooskrbna, saj jih samo 6 kupuje med pri čebelarju, 4 na tržnici in 3 v supermarketu. Da gre za prave čebelarske družine, pove tudi podatek, da jih je kar 94 ali 41 % navedlo, da med dobijo (kupijo) pri bližnjih sorodnikih, praviloma dedkih in babicah, ki so čebelarji.

Preglednica 12: Anketirana gospodinjstva, ki so z medom samooskrbna, po številu članov in po porabi medu v gospodinjstvu, Slovenija, 2007/2008

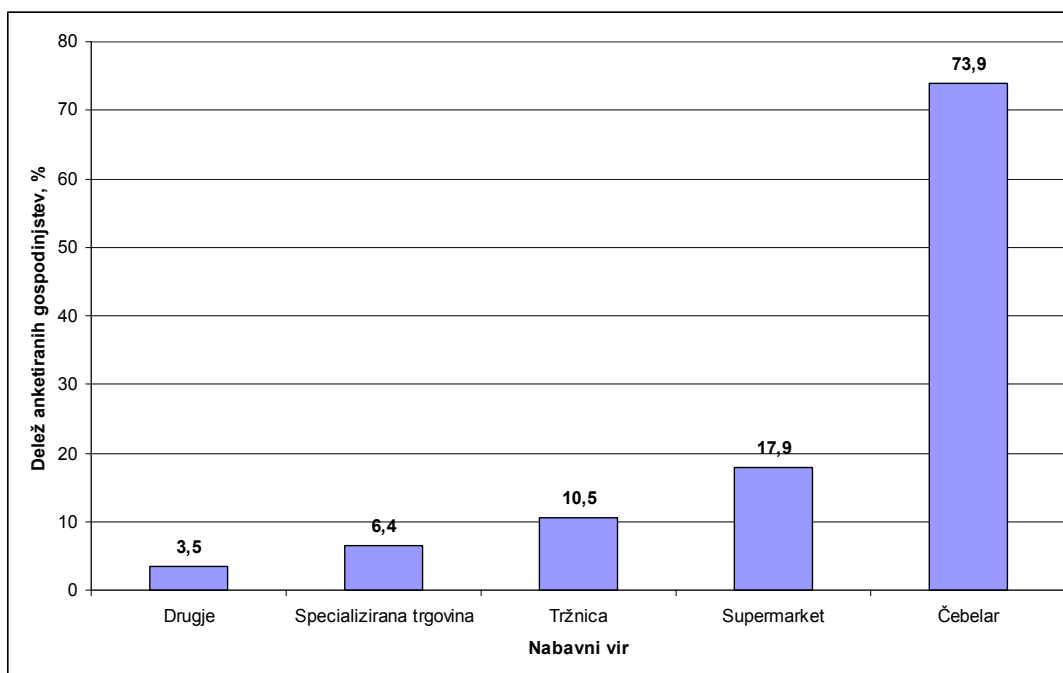
Število članov gospodinjstva	Gospodinjstva		Skupna poraba medu		Povprečna poraba na člana, kg/leto
	število	sestava, %	kg/leto	sestava, %	
2	1	0,40	30	0,80	15,00
3	25	10,90	343	8,90	4,57
4	106	46,30	1341	34,70	3,16
5	55	24,00	1225	31,70	4,45
6	25	10,90	557	14,40	3,71
7	11	4,80	199	5,10	2,58
8	4	1,70	80	2,10	2,50
9	1	0,40	40	1,00	4,44
10	1	0,40	50	1,30	5,00
Vsi	229	100,00	3865	100,00	3,67

4.2.2 Nabavni viri medu

Preglednica 13: Anketirana gospodinjstva po nabavnem viru medu, Slovenija 2007/2008

Nabavni vir	Število	Delež v % (vsi=100)
Čebelar	7908	73,9
Tržnica	1128	10,5
Specializirana trgovina	689	6,4
Supermarket	1915	17,9
Drugje	377	3,5
Vsi	10702	100

Za skoraj tri četrtine anketiranih gospodinjstev je čebelar glavni nakupni vir medu. Drugi nabavni viri so bistveno manj pomembni.



Slika 6: Anketirana gospodinjstva po glavnem nabavnem viru medu, Slovenija, 2007/2008

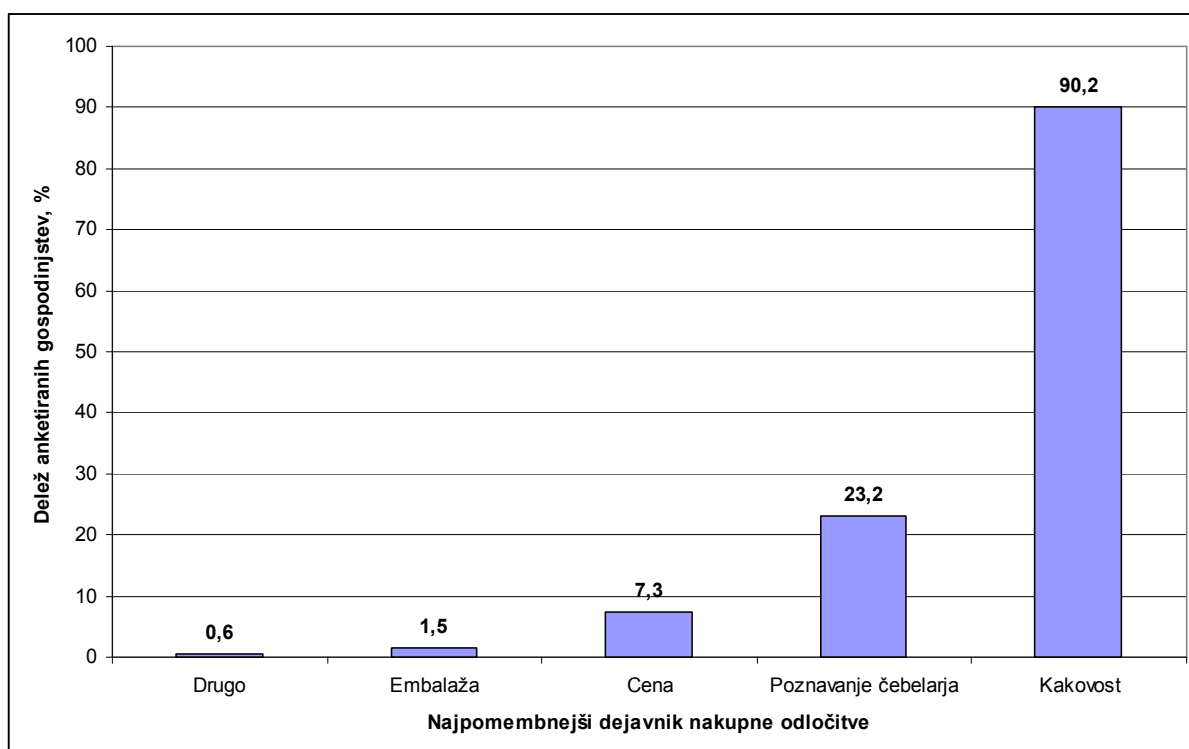
Preglednica 14: Anketirana gospodinjstva po kombiniranju nabavnih virov medu, Slovenija, 2007/2008

Nabavni vir	Število	Sestava, %
Drugi nabavni viri medu pri kupcih, ki kupujejo pri čebelarju (vsi, ki kupujejo pri čebelarju = 100)		
• Supermarket	602	7,61
• Tržnica	326	4,12
• Specializirana trgovina	172	2,18
• Drugje	16	0,20
Drugi nabavni viri medu pri kupcih, ki kupujejo na tržnici (vsi, ki kupujejo na tržnici = 100)		
• Čebelar	326	28,90
• Supermarket	150	13,30
• Specializirana trgovina	62	5,50
• Drugje	4	0,35
Drugi nabavni viri medu pri kupcih, ki kupujejo v specializirani trgovini (vsi, ki kupujejo v specializirani trgovini = 100)		
• Čebelar	172	24,96
• Supermarket	83	12,05
• Tržnica	62	9,00
• Drugje	1	0,15
Drugi nabavni viri medu pri kupcih, ki kupujejo v supermarketu (vsi, ki kupujejo v supermarketu = 100)		
• Čebelar	602	45,85
• Tržnica	150	11,42
• Specializirana trgovina	83	6,32
• Drugje	4	0,30

Tistim, ki jim je čebelar glavni nabavni vir medu, je le ta praviloma tudi edini vir medu. Od vseh, ki kupujejo pri čebelarju, jih 8 % med kupuje še v supermarketu, 4 % na tržnici in 2 % v specializirani trgovini. Med tistimi, ki med kupujejo v glavnem na tržnici, jih kar 29 % kupuje med tudi pri čebelarju in 13 % v supermarketu. Podobno velja za kupce, ki med kupujejo v specializirani trgovini, saj jih 25 % med kupuje še pri čebelarju in 12 % v supermarketu. Med tistimi, ki med v glavnem kupujejo v supermarketu, jih kar 45 % med kupuje tudi pri čebelarju, 11 % na tržnici in 6 % v specializirani trgovini.

Podatki kažejo, da so anketirana gospodinjstva zvesti kupci medu pri čebelarju, saj se jih malo odloča za druge nabavne vire. Po drugi strani pa si kupci medu, ki jim je supermarket glavni nabavni vir, med radi priskrbijo tudi iz drugih virov.

4.3 DEJAVNIKI NAKUPNE ODLOČITVE



Slika 7: Anketirana gospodinjstva po najpomembnejšem dejavniku nakupne odločitve pri medu, Slovenija, 2007/2008

Da je najpomembnejši dejavnik nakupne odločitve medu kakovost medu, meni kar 90 % anketiranih. Poznavanje čebelarja, torej tudi porekla medu, je najpomembnejši dejavnik pri nakupu medu za 23 % anketiranih. Ceno kot najpomembnejši dejavnik navaja 7 % anketiranih, embalažo pa dober odstotek.

Preglednica 15: Anketirana gospodinjstva po najpomembnejšem dejavniku odločitve za nakup in glavnem nabavnem viru (možnih več odgovorov), Slovenija, 2007/2008

Nabavni vir	Število	Sestava, %
Najpomembnejši dejavnik nakupa pri kupcih, ki med kupujejo pri čebelarju (vsi, ki kupujejo pri čebelarju =100)		
• Kakovost	7124	90,09
• Poznavanje čebelarstva	2285	28,89
• Cena	466	5,89
• Embalaža	105	1,33
Najpomembnejši dejavnik nakupa pri kupcih, ki med kupujejo na tržnici (vsi, ki kupujejo na tržnici =100)		
• Kakovost	1050	93,09
• Poznavanje čebelarstva	207	18,35
• Cena	111	9,84
• Embalaža	38	3,37
Najpomembnejši dejavnik nakupa pri kupcih, ki med kupujejo v specializirani trgovini (vsi, ki kupujejo v specializirani trgovini=100)		
• Kakovost	661	95,94
• Poznavanje čebelarstva	97	14,08
• Cena	59	8,56
• Embalaža	27	3,92
Najpomembnejši dejavnik nakupa pri kupcih, ki med kupujejo v supermarketu (vsi, ki kupujejo v supermarketu=100)		
• Kakovost	1736	90,65
• Cena	433	22,61
• Poznavanje čebelarstva	166	8,67
• Embalaža	49	2,56
Najpomembnejši dejavnik nakupa pri kupcih, ki med kupujejo drugje (vsi, ki kupujejo drugje=100)		
• Kakovost	307	81,43
• Poznavanje čebelarstva	77	20,42
• Cena	9	2,39
• Embalaža	6	1,59

Anketirani, ki v glavnem med kupujejo pri čebelarju oziroma na tržnici ali v specializirani trgovini ali drugje, so si podobni v oceni najpomembnejšega dejavnika nakupne odločitve, ki je predvsem kakovost, ki ji sledi poreklo (poznavanje čebelarja). Anketirani, ki jim je supermarket glavni nabavni vir medu, kakovost sicer postavljajo na prvo mesto, pomembna pa jim je tudi cena medu.

5 RAZPRAVA IN SKLEPI

5.1 RAZPRAVA

Vsi porabniki čebeljih pridelkov in proizvodov si želimo, da bi bili le ti kakovostni. To pa je velika priložnost za slovenske čebelarje na slovenskem in evropskem trgu, saj so znani kot natančni in vestni pridelovalci medu. Največjo spremembo bodo morali čebelarji izvesti v novih načinih prodaje. Dobra kakovost, originalna embalaža (novo oblikovani kozarci), in dobro oblikovane blagovne znamke jim bodo odprle nove prodajne poti. S tem postajajo slovenski čebelarji sestavni del svetovne proizvodnje medu.

Potrebno je razvijanje dejavnosti od proizvajalcev do uporabnikov. Te dejavnosti so predvsem nakup, skladiščenje in prodaja, ter reklama in obveščanje kupcev. Slednje je že v polnem teku. Objavljajo se razni članki v tiskanih medijih, potekajo najrazličnejše akcije od vrtcev, šol in drugih ustanov. Vse te dejavnosti so pomembne in če so poleg tega še dobro pripravljene je njihov rezultat uspešna prodaja medu ter ostalih medenih izdelkov.

Naloga in dolžnost ČZS je, da pripomore čebelarjem z nasveti, kje in kako naj porabnika informirajo in kaj naj jim povedo. Pri tem pa morajo imeti določene zanesljive argumente, kateri utemeljujejo ceno čebeljih pridelkov. Porabnika je potrebno seznaniti na tak način, da informacije sprejme pozitivno in se prav zaradi njih odloči, da poseže po medu in ostalih medenih izdelkih.

Pomembno pa je tudi, da so z anketo, katera je predstavljena v tej diplomski nalogi, raziskali trg. Saj je potrebno spremljati trg, zaznati nove potrebe in možnosti. Vsemu temu pa se je potrebno prilagoditi in obrniti v svoj prid. Tako so prodajo izdelkov za apiterapijo predstavili iz lekarn v trgovine z živili. S tem pa se je odprla nova prodajna možnost za čebelarje, saj so lahko pričeli prodajati cvetni prah, matični mleček in propolis.

5.2 SKLEPI

Anketirana gospodinjstva porabijo povprečno letno na člana 1,47 kg medu, kar smo tudi predvidevali pred začetkom raziskave. Pri tem pa manjštevilska gospodinjstva porabijo povprečno letno na člana več medu, kot je povprečje za vsa anketirana gospodinjstva, bolj številčna gospodinjstva pa manj.

Z medom samooskrbnih gospodinjstev je med anketiranimi le 2 %, povprečno letno pa na člana porabijo 3,67 kg medu oziroma 150 % več kot v povprečju vsa anketirana gospodinjstva. Tudi ta rezultat v celoti ustreza našim predvidevanjem pred raziskavo.

Pred raziskavo smo predvideli, da anketirana gospodinjstva med kupujejo pri različnih tipih ponudnikov oziroma nabavnih virih, česar pa naša raziskava ni potrdila. Ugotovili smo, da je za skoraj tri četrtine (74 %) anketiranih gospodinjstev čebelar glavni nakupni vir medu, drugi nabavni viri so bistveno manj pomembni. Anketirana gospodinjstva so torej zvesti kupci medu pri čebelarju, saj se jih malo odloča za druge nabavne vire. Po drugi strani pa si kupci medu, ki so jim glavni nabavni viri tržnica, specializirana trgovina ali supermarket, med radi priskrbijo tudi iz drugih nabavnih virov.

Kar 90 % anketiranih gospodinjstev je kot najpomembnejši dejavnik nakupne odločitve navedlo kakovost medu. Poznavanje čebelarja, torej tudi porekla medu, je najpomembnejši dejavnik pri nakupu medu za 23 % anketiranih. Ceno kot najpomembnejši dejavnik navaja 7 % anketiranih, embalažo pa dober odstotek. Ta rezultat je skladen z našimi pričakovanji pred raziskavo. Pri tem pa je pomembno omeniti da je 22 % anketiranih, ki jim je glavni nabavni vir supermarket, ceno navedlo kot drugi najpomembnejši dejavnik (za kakovostjo in pred poznavanjem čebelarja) odločitve za nakup medu.

6 POVZETEK

Čebelarška zveza Slovenije razvija odnose med kupci in čebelarji. Del teh aktivnosti je tudi proučevanje segmenta staršev otrok v slovenskih vrtcih in šolah. Cilj diplomskega dela je raziskati nakupno obnašanje tega segmenta kupcev. Pri raziskavi smo izhajali iz naslednjih podmen: povprečna poraba medu na osebo je okoli 1,5 kg na leto; v družinah, ki same pridelujejo med, je poraba na člana letno bistveno večja, kot v družinah, ki med kupujejo; viri nabave medu so zelo različni; pri nakupu je pomembna kakovost medu in ne toliko njegova cena; pomemben dejavnik nakupa medu je osebno znanstvo s čebelarjem.

Vir podatkov za raziskavo je bila anketa, ki jo je Čebelarška zveza Slovenije izvedla časa od septembra 2007 do januarja 2008 in v kateri je sodelovalo 10.702 gospodinjstev z otroci, ki obiskujejo vrtec oziroma prve štiri razrede osnovne šole.

Rezultati raziskovanja so večinoma potrdila raziskovalne podmene, in sicer:

- anketirana gospodinjstva porabijo povprečno letno na člana 1,47 kg medu. Pri tem pa manjštevilska gospodinjstva porabijo povprečno letno na člana več medu, kot je povprečje za vsa anketirana gospodinjstva, bolj številčna gospodinjstva pa manj;
- z medom je samooskrbnih gospodinjstev med anketiranimi le 2 %, povprečno letno pa na člana porabijo 3,67 kg medu oziroma 150 % več kot v povprečju vsa anketirana gospodinjstva;
- za skoraj tri četrtine (74 %) anketiranih gospodinjstev je čebelar glavni nakupni vir medu, drugi nabavni viri so bistveno manj pomembni. Anketirana gospodinjstva so torej zvesti kupci medu pri čebelarju, saj se jih malo odloča za druge nabavne vire. Po drugi strani pa si kupci medu, ki so jim glavni nabavni viri tržnica, specializirana trgovina ali supermarket, med radi priskrbijo tudi iz drugih nabavnih virov.
- kar 90 % anketiranih gospodinjstev je kot najpomembnejši dejavnik nakupne odločitve navedlo kakovost medu. Poznavanje čebelarja, torej tudi porekla medu, je najpomembnejši dejavnik pri nakupu medu za 23 % anketiranih. Ceno kot najpomembnejši dejavnik navaja 7 % anketiranih, embalažo pa dober odstotek. Ta rezultat je skladen z našimi pričakovanji pred raziskavo. Pri tem pa je pomembno omeniti da je 22 % anketiranih, ki jim je glavni nabavni vir supermarket, ceno navedlo kot drugi najpomembnejši dejavnik (za kakovostjo in pred poznavanjem čebelarja) odločitve za nakup medu.

7 VIRI

- Centralni register čebeljakov. 2007. Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Republike Slovenije.
<http://www.mkgp.gov.si> (5. november 2007)
- Čebelji pridelki, moč narave. 2008. Brdo pri Lukovici, Čebelarška zveza Slovenije: Zgibanka
- Grošelj F. 2008. Dr. Filip Terč pionir apiterapije. Slovenski čebelar, 4: priloga
- Kafel Z. 2005. Podatki o čebeljakih in stojiščih stanje 8. 9. 2005. Lukovica, Čebelarška zveza Slovenije (interno gradivo).
- Magdič T. 2005. Strategija trženja slovenskega čebelarjenja – osnutek. Lukovica, Čebelarška zveza Slovenije: 11 str.
- Magdič T. 2008. Nov svojevrsten kozarec za med slovenskih čebelarjev. Slovenski čebelar, 11: 245-246
- Meglič M. 2004. Čebelji pridelki: pridobivanje in trženje. Lukovica, Čebelarška zveza Slovenije: 96 str.
- Poklukar J. 1998. Od čebele do medu. Ljubljana, Kmečki glas: 476 str.
- Poklukar J., Rome R., Bajc M., Cetina M., dr. Gregorc A., Hrastelj M., Kozmus P., Luzar P., Rončević B., Tomec A., Žagar M. 2004. Razvoj slovenskega čebelarstva: smernice za obdobje 2004-2009. Brdo pri Lukovici, ČZS: 54 str.
- Pomen embalaže pri prodaji. 2007. Čebelarška zveza Slovenije.
<http://www.czs.si> (05. julij. 2007)
- Pušnik V., Papež M., Žagar M., Poklukar J., dr. Gregorc A., Tomec A., Rome R., Bajc M., Cetina M., Hrastelj M., Luzar P., dr. Rončević B., Zupančič M. 2005. Strategija razvoja slovenskega čebelarstva 2005-2010. 2005. Lukovica, Čebelarška zveza Slovenije: 19 str.
- Razvoj turizma v čebelarstvu. 2007. Čebelarška zveza Slovenije.
<http://www.czs.si> (05. julij. 2007)
- SURS- Statistični urad Republike Slovenije.
<http://www.stat.si> (maj, 2008)
- Uredba o javni svetovalni službi v čebelarstvu. Ur. l. RS št. 80/07

Uredba o izvajanju Programa ukrepov na področju čebelarstva v Republiki Sloveniji v letih 2005–2007 za leto 2007. Ur. l. RS št.112/06

Vadnal K. 2007. Trženje. Študijsko gradivo za študente visokošolskega strokovnega študija Kmetijstvo – agronomija in hortikultura. Druga, dopolnjena izdaja. Ljubljana, Biotehniška fakulteta-Oddelek za agronomijo: 181 str.

Zdešar P. 2006. Osnovna odbira v populaciji Kranjske čebele- stalna naloga in obveznost. V: Zbornik predavanj XXIX. državnega čebelarskega seminarja Celje 2006. Ljubljana, Čebelarska zveza Slovenije: 29-31

ZAHVALA

Ob zaključku diplomske naloge se zahvaljujem mentorici prof. dr. Katji VADNAL, ki me je s strokovnostjo, nasveti in veliko mero potrpežljivosti vodila skozi celotno nastajanje diplomske naloge.

Posebna zahvala tudi Tanji Magdič iz svetovalne službe ČZS, ki mi je prisluhnila in bila pripravljena pomagati.

Iskrena hvala Gregorju za njegovo vzpodbudo, in pomoč pri doseganju mojih ciljev.

Enako tudi vsej moji družini, vsem prijateljem, ter stricu Franciju, za nesebično pomoč v življenju nasploh.

PRILOGA

Anketa iz zbirke Čbelica moja prijateljica

ANKETA

1. Šl. oseb v družini:

2. Ocena povprečne porabe medu je: kg

3. Med kupujete:

pri čebelarju na domu
 pri čebelarju na tržnici
 v specializirani trgovini z zdravjo prehrano
 v supermarketu
 drugje:

4. Kaj je pri nakupu medu za vas najbolj pomembno?

cena
 kvaliteta
 embalaža
 poznavanje čebelarja
 druga:

Nagrade za nagradno igro so prispevali:
Agencija Juliana, krajška banka • Srdinar
Čebelarska št. 41, Felhač Gorazd • Čebelarstvo Sava
Slavceje • Čebelarska družba Fina, Slatina •
Čebelarsko društvo Merjana in Matjaž Mengoš •
Čebelarska M4-14 Banka Občina Il. Kocelj •
Čebelarsko društvo Zbiranje • Čebelarstvo Smolc •
Čebelarske družbe: Šmarje Toplica •
Čebelarski ZVDOPŠIC, ANIZ, Šmarje Šep • Dorn,
d.o.o., Škvarine • Čistilica pr. Čebelci, Ljubno d.o.o.
• Harmančič d.o.o. - Muzej novejšje zgodovine Celje
• Inštitut glad d.o.o. • Medum d.o.o., Avsenica •
Merenca d.o.o. • Mislinščina brijga - uničir Slava
Čebelar in Haršo • Vinko Artič d.o.o., Ljubljana •
Zaveza za turizem in kulturo Zbiranje...

Nagradna igra obseva letošnji spletni nagradni
konkurenčni tekmovanje, ki bo potekalo do konca
nagradne državnosti. Nagradni listi po zakonu o
državnih igrah in zakonodajo, zato so vsi
podatki, ki so v tej spletni igri, izključno
za informativne namene. Vsi podatki, ki so
povezani s spletno igro, so izključno za
informativne namene. Če se pri prijavi
vršitelj, ki sodeluje v nagradni igri, izjavi, da
se sodeluje, se mora držati vseh pogojev
nagradne državnosti. Če se pri prijavi
vršitelj, ki sodeluje v nagradni igri, izjavi,
da se ne sodeluje, se ne sme sodelovati v
nagradni igri. Vršitelj, ki sodeluje v
nagradni igri, se mora držati vseh pogojev
nagradne državnosti. Če se pri prijavi
vršitelj, ki sodeluje v nagradni igri, izjavi,
da se sodeluje, se mora držati vseh pogojev
nagradne državnosti. Če se pri prijavi
vršitelj, ki sodeluje v nagradni igri, izjavi,
da se ne sodeluje, se ne sme sodelovati v
nagradni igri.

Zbirka Čbelica moja prijateljica je projekt, ki ga je pripravila Agencija Juliana, krajška banka v sodelovanju s čebelarstvom Slovenije. Čebelarska št. 41, Felhač Gorazd, krajška banka, Slatina, Srdinar, Čebelarska družba Fina, Slatina, Čebelarsko društvo Merjana in Matjaž Mengoš, Čebelarska M4-14 Banka Občina Il. Kocelj, Čebelarsko društvo Zbiranje, Čebelarske družbe: Šmarje Toplica, Čebelarski ZVDOPŠIC, ANIZ, Šmarje Šep, Dorn, d.o.o., Škvarine, Čistilica pr. Čebelci, Ljubno d.o.o., Harmančič d.o.o. - Muzej novejšje zgodovine Celje, Inštitut glad d.o.o., Medum d.o.o., Avsenica, Merenca d.o.o., Mislinščina brijga - uničir Slava, Čebelar in Haršo, Vinko Artič d.o.o., Ljubljana, Zaveza za turizem in kulturo Zbiranje.

Zbirka Čbelica moja prijateljica je projekt, ki ga je pripravila Agencija Juliana, krajška banka v sodelovanju s čebelarstvom Slovenije. Čebelarska št. 41, Felhač Gorazd, krajška banka, Slatina, Srdinar, Čebelarska družba Fina, Slatina, Čebelarsko društvo Merjana in Matjaž Mengoš, Čebelarska M4-14 Banka Občina Il. Kocelj, Čebelarsko društvo Zbiranje, Čebelarske družbe: Šmarje Toplica, Čebelarski ZVDOPŠIC, ANIZ, Šmarje Šep, Dorn, d.o.o., Škvarine, Čistilica pr. Čebelci, Ljubno d.o.o., Harmančič d.o.o. - Muzej novejšje zgodovine Celje, Inštitut glad d.o.o., Medum d.o.o., Avsenica, Merenca d.o.o., Mislinščina brijga - uničir Slava, Čebelar in Haršo, Vinko Artič d.o.o., Ljubljana, Zaveza za turizem in kulturo Zbiranje.